

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКА ОБЛАСНА РАДА
Комунальний заклад**

**Сумський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти
Кафедра педагогіки, спеціальної освіти та менеджменту**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з навчально-методичної
роботи

 С.М. Панченко

“1” вересня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ ТА
МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ**

(Шифр за ОПП: ОК 9)

галузь знань 07 Управління та адміністрування

спеціальність 073 Менеджмент

освітньо-професійна програма Менеджмент і адміністрування

факультет підвищення кваліфікації та перепідготовки

Кредитно-трансферна система
організації навчального процесу

Робоча програма з навчальної дисципліни «Управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю» для студентів за галуззю знань 07 Управління та адміністрування спеціальністю 073 Менеджмент, освітньо-професійна програма Менеджмент і адміністрування. – Суми, 2023.

Розробник: Сапич В. І., доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри педагогіки, спеціальної та менеджменту КЗ СОІППО

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри педагогіки, спеціальної освіти та менеджменту

Протокол № 1 від «31» серпня 2023 р.

Завідувач кафедри:
Єфремова Г.Л.
«31» серпня 2023 р.



1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 07 Управління та адміністрування	Нормативна навчальна дисципліна
Модулів – 3	Спеціальність 073 Менеджмент освітньо-професійна програма Менеджмент і адміністрування	Рік підготовки:
Змістових модулів – 3		1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання – реферат		Семестр
Загальна кількість годин – 120		2-й
		Лекції
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 1,5 самостійної роботи студента – 7,5	Освітньо-кваліфікаційний рівень: магістр	18 год.
		Практичні, семінарські
		22 год.
		Самостійна робота
		80 год.
		Вид контролю: екзамен

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою навчальної дисципліни «**Управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю**» є засвоєння знань і умінь з організації та проведення управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю організацій (підприємств, установ), а саме: використання економічного інструментарію управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю; планування фінансово-економічної і маркетингової діяльності підприємства; управління активами, капіталом та інвестиціями підприємства; забезпечення організаційного проектування в маркетинговому управлінні; управління реалізацією планів маркетингу; контроль і аналіз маркетингової діяльності фірми.

Основними завданнями вивчення дисципліни «**Управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю**» є:

- озкрити сутність і завдання управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю;
- озглянути систему управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю;
- знайомитися з економічним інструментарієм управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю;

озглянути складові фінансово-економічного управління підприємством; визначити основні елементи системи маркетингового управління підприємством.

У результаті вивчення курсу студент повинен

знати:

- суть і призначення управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю організації (підприємства, установи);
- основи організації та проведення управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю організацій (підприємств, установ);
- поняття економічності, ефективності та результативності прийняття управлінських рішень у фінансово-економічній та маркетинговій діяльності організації (підприємства, установи);
- основні елементи системи управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю організацій (підприємств, установ);
- порядок проведення контролю за прийняттям управлінських рішень у фінансово-економічній та маркетинговій діяльності організації (підприємства, установи).

вміти:

- здійснювати планування фінансово-економічної і маркетингової діяльності організації (підприємства, установи) та її структурних підрозділів;
- здійснювати управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю організації (підприємства, установи) та її структурних підрозділів;
- визначати проблемні ситуації в управлінні фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю організації (підприємства, установи) і запропонувати заходи щодо їх вирішення;
- володіти навичками застосування економічного інструментарію управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю для підвищення ефективності прийняття господарських рішень;
- організувати контрольні заходи за прийняттям управлінських рішень у фінансово-економічній та маркетинговій діяльності організації (підприємства, установи).

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Загальні основи управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю.

Тема 1. Сутність і завдання управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю

Сутність управління фінансово-економічною і маркетинговою діяльністю та його методи. Цільовий та системний аспекти сутності управління фінансово-економічною і маркетинговою діяльністю. Завдання управління фінансово-економічною і маркетинговою діяльністю. Загальні та

конкретні завдання управління фінансово-економічною і маркетинговою діяльністю. Найбільш поширені напрямки впровадження нових методів, інструментів і технологій управління фінансово-економічною і маркетинговою діяльністю. Фактори впливу на розвиток управління фінансово-економічною і маркетинговою діяльністю підприємства.

Тема 2. Принципи та методи управління фінансово-економічною і маркетинговою діяльністю.

Принципи управління фінансово-економічною і маркетинговою діяльністю: цілеспрямованість, системність, науковість, єдність планових і контрольних функцій, єдність прав і відповідальності, демократизм. Методи управління фінансово-економічною і маркетинговою діяльністю. Введення нових методів управління фінансово-економічною і маркетинговою діяльністю спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства.

Тема 3. Економічний інструментарій управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю.

Інструменти економічного управління на рівні національного господарства. Конституція України про органи управління економікою, їх функції, повноваження, форми й права власності на землю та інші природні ресурси, майнові права громадян, право на працю, відпочинок, соціальне забезпечення й страхування. Регулювання відносин економічного характеру Цивільним, Трудовим, Земельним, Бюджетним та Податковим кодексами. Мікроекономічні інструменти управління (договори, статuti, ліцензії). Інструменти оперативного управління (поточні плани, виробничі програми, планові бюджети і баланси). Регламентація діяльності економічних служб на підприємстві. Ділова етика та етика економічного управління підприємством.

Змістовий модуль 2. Фінансово-економічне управління підприємством.

Тема 4. Планування фінансово-економічної діяльності підприємства. Сутність і завдання фінансового планування. Види фінансового планування: реактивне, інактивне, преактивне та інтерактивне. Методи фінансового планування. Метод прогнозу обсягів реалізації. Нормативний метод. Коефіцієнтний метод. Розрахунково-аналітичний метод. Метод балансу доходів і витрат. Метод балансу грошових витрат і надходжень. Метод прогнозованого балансу активів і пасивів підприємства. Метод визначення потреби в зовнішньому фінансуванні. Метод оптимізації планових рішень. Метод розрахунку точки беззбитковості.

Тема 5. Управління активами підприємств.

Сутність і завдання фінансового управління оборотними активами. Забезпечення безперервності виробничого процесу. Прискорення обертання загальної суми оборотних активів. Забезпечення ліквідності оборотних активів. Забезпечення підвищення рентабельності оборотних активів.

Мінімізація ризиків і втрат, пов'язаних з формуванням та використанням оборотних активів. Ризики формування оборотних активів та їх можливі негативні наслідки. Форми розрахунків з постачальниками і покупцями. Оцінка ефективності використання оборотних активів.

Тема 6. Управління капіталом підприємств.

Сутність капіталу підприємства та принципи його формування. Капітал за належністю підприємству (власний та залучений), за метою використання (виробничий, позичковий, спекулятивний), за формою інвестування (фінансовий, матеріальний, нематеріальний), за об'єктом інвестування (основний, оборотний), за формою перебування в процесі кругообігу (грошовий, виробничий, товарний), за формою власності (приватний, державний), за організаційно-правовою формою діяльності (акціонерний, пайовий, індивідуальний). Вартість капіталу та принципи її оцінки. Механізм фінансового левериджу. Управління власним капіталом. Управління позиковим капіталом. Оптимізація структури капіталу.

Тема 7. Основи управління інвестиціями підприємств.

Сутність і форми інвестицій. Критерії оцінки ефективності інвестиційної стратегії підприємства. Класифікація інвестицій підприємств. Інвестиційна політика підприємства. Управління капітальними інвестиціями. Загальна схема балансу капітальних інвестицій. Основні етапи формування політики управління реальними інвестиціями. Оцінка ефективності інвестиційних проєктів. Принципи оцінки ефективності інвестиційних проєктів. Управління джерелами фінансування капітальних інвестицій. Основні інструменти формування капітальних інвестицій та методи їх оцінки. Управління формуванням портфеля фінансових інвестицій.

Змістовий модуль 3. Маркетингове управління підприємством.

Тема 8. Маркетингове стратегічне планування.

Сутність і зміст стратегічного планування. Етапи моделі стратегічного планування маркетингу. Аналіз середовища підприємства (макрооточення, безпосереднього оточення, внутрішнього середовища). Визначення місії та цілей фірми. Чинники, що мають враховуватися при визначенні місії. Ключові вимоги, яким мають відповідати правильно сформульовані цілі. Вибір стратегії фірми. Етапи вибору стратегії фірми. Виконання стратегії фірми. Оцінка і контроль виконання стратегії фірми. Використання CRM-технологій у маркетинговому стратегічному плануванні.

Тема 9. Організаційне проєктування в маркетинговому управлінні.

Принципи й підходи до управління сучасною фірмою. Організаційне проєктування маркетингових фірм і служб. Інтегровані та неінтегровані маркетингові структури. Завдання і функції маркетингових підрозділів фірми. Розробка стратегії маркетингу. Заходи продуктової, цінової, політики розподілу та просування. Управління торговельним персоналом маркетингової фірми. Ділова етика в маркетинговому управлінні. Основні правила ділового спілкування.

Тема 10. Управління реалізацією планів маркетингу.

Управління ринком і конкурентною перевагою. Управління товарною політикою фірми. Формування необхідних техніко-експлуатаційних характеристик продукції, із урахуванням чинників її привабливості (марки, форми, упакування, іміджу тощо). Управління ціновою політикою фірми. Цілі цінової політики. Управління політикою руху товару фірми. Етапи ухвалення рішення щодо вибору каналів розподілу виробленої продукції. Відмінності каналів розподілу продукції виробничого призначення від каналів розподілу споживацьких товарів. Управління комунікаційною політикою фірми.

Тема 11. Контроль і аналіз маркетингової діяльності фірми.

Сутність і зміст процесу контролю й аналізу маркетингової діяльності. Рівні контролю маркетингу (рівень фірми, рівень підрозділу маркетингу, зовнішній рівень). Аналіз і контроль маркетингу на різних етапах за допомогою окремих елементів контрольно-аналітичної системи (ситуаційний аналіз, контроль маркетингу, ревізія маркетингу, аудит маркетингу). Види маркетингового контролю та їхня характеристика. Маркетинговий аудит. Оцінка ефективності маркетингового управління.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	Денна форма			
	Усього	у тому числі		
л		сем. / пр.	с/р	
Модуль 1				
Змістовий модуль 1. Загальні основи управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю				
Тема 1. Сутність і завдання управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю				
Тема 2. Принципи та методи управління фінансово-економічною і маркетинговою діяльністю.				
Тема 3. Економічний інструментарій управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю				
Разом за змістовим модулем 1				
Змістовий модуль 2. Фінансово-економічне управління підприємством				
Тема 4. Планування фінансово-економічної діяльності підприємства				
Тема 5. Управління активами підприємств				

Тема 6. Управління капіталом підприємств				
Тема 7. Основи управління інвестиціями підприємств				
Разом за змістовим модулем 2				
Змістовий модуль 3. Маркетингове управління підприємством				
Тема 8. Маркетингове стратегічне планування				
Тема 9. Організаційне проектування в маркетинговому управлінні				
Тема 10. Управління реалізацією планів маркетингу				
Тема 11. Контроль і аналіз маркетингової діяльності фірми				
Разом за змістовим модулем 3				
Усього годин				
ІНДЗ				
Усього годин				

5. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ (ПРАКТИЧНИХ) ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Сутність і завдання управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю	2
2	Тема 2. Принципи та методи управління фінансово-економічною і маркетинговою діяльністю.	2
3	Тема 3. Економічний інструментарій управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю	2
4	Тема 4. Планування фінансово-економічної діяльності підприємства	2
5	Тема 5. Управління активами підприємств	2
6	Тема 6. Управління капіталом підприємств	2
7	Тема 7. Основи управління інвестиціями підприємств	2
8	Тема 8. Маркетингове стратегічне планування	2
9	Тема 9. Організаційне проектування в маркетинговому управлінні	2
10	Тема 10. Управління реалізацією планів маркетингу	2

11	Тема 11. Контроль і аналіз маркетингової діяльності фірми	2
Разом		22

6. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Сутність і завдання управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю	
2	Тема 2. Принципи та методи управління фінансово-економічною і маркетинговою діяльністю.	
3	Тема 3. Економічний інструментарій управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю	
4	Тема 4. Планування фінансово-економічної діяльності підприємства	
5	Тема 5. Управління активами підприємств	
6	Тема 6. Управління капіталом підприємств	
7	Тема 7. Основи управління інвестиціями підприємств	
8	Тема 8. Маркетингове стратегічне планування	
9	Тема 9. Організаційне проектування в маркетинговому управлінні	
10	Тема 10. Управління реалізацією планів маркетингу	
11	Тема 11. Контроль і аналіз маркетингової діяльності фірми	
Разом		50

7. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Індивідуальне навчально-дослідне завдання студента з навчальної дисципліни «Управління фінансово-економічною та маркетинговою діяльністю» сприяє поглибленому вивченню магістрантом теоретичного матеріалу проведення аудиту управлінської діяльності, формуванню вмій використовувати знання для вирішення відповідних практичних завдань.

Для виконання студентам пропонується обрати з чотирьох варіантів – реферат, наукова стаття, підготовка термінологічного словника за спеціальністю, підготовка друкованого варіанту наукового виступу і його електронної презентації - одне індивідуальне навчально-дослідне завдання.

Варіант 1. Реферат

Структура реферату містить такі елементи: титульна сторінка, зміст, вступ, основна частина (розділи, пункти і підпункти), висновки, список використаних джерел, додатки.

Зміст реферату розташовують з нової сторінки безпосередньо після титульної. До Змісту включають: вступ; послідовно перелічені назви всіх розділів, підрозділів, висновки; список використаних джерел; додатки.

У вступі обґрунтовують актуальність обраної теми, оцінюють стан дослідження наукової проблеми, формулюють мету і визначають завдання реферату, дають короткий загальний огляд наявної літератури і використаних джерел.

Оцінюючи стан дослідження наукової проблеми, треба коротко висвітлити ту низку відомих авторів наукових уявлень, яка склалася в науці з цієї проблеми.

У короткому огляді літератури і джерел, з якими автор працював, треба оцінити їхню корисність, доступність, висловити своє ставлення до їхнього змісту.

Зміст реферату має відповідати його темі, меті і завданням. У розділах основної частини необхідно послідовно розкрити всі передбачені планом питання, обґрунтувати, пояснити основні положення, підкріплюючи їх конкретними прикладами і фактами, формулювати думки чітко, просто, правильно і недвозначно. Текст має бути логічно структурований.

У рефераті треба висловлювати своє ставлення до того, що викладається. Всі міркування потрібно аргументувати. Варто прагнути, щоб виклад матеріалу був виразним і літературно грамотним, уникати повторень і марнослів'я.

Висновки – самостійна частина реферату, в якій потрібно висвітлити такі аспекти: оцінити ступінь досягнення мети і виконання завдань роботи; перерахувати і стисло охарактеризувати відомі наукові підходи досліджених проблеми, а також виділення нових аспектів, дискусійних питань, що підлягають подальшому вивченню; визначити, що є цінним у реферованих роботах, що вимагає додаткового аналізу й уточнення, а що викликає сумніви.

Список використаних джерел, на які є посилання в основній частині реферату, наводять перед додатками. У відповідних місцях тексту мають бути посилання.

Бібліографічні описи посилань у переліку наводять відповідно з чинними стандартами бібліотечної та видавничої справи. При використанні Інтернет матеріалів необхідне посилання на відповідні сайти.

Додаток міститься після «Списку використаних джерел» і включає матеріали, що доповнюють основний текст реферату. Це можуть бути таблиці, схеми, ілюстрації, фото, словник термінів, афоризми та ін. Додаток є бажаною, але не обов'язковою частиною реферату.

Обсяг основного тексту реферату (без змісту, списку використаних джерел і додатків) – 15-20 сторінок.

Індивідуальне науково-дослідне завдання подається викладачу не пізніше, ніж за 2 тижні до заліку. Оцінка за ІНДЗ виставляється на заключному занятті з курсу на основі попереднього ознайомлення викладача зі змістом ІНДЗ. Обов'язковий захист завдання шляхом публічного виступу студента з теми ІНДЗ (до 5 хв.).

Орієнтовна тематика наукових рефератів

1. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: системний підхід.
2. Шляхи підвищення конкурентоспроможності регіону в галузевому розрізі на прикладі Сумської області.
3. Розроблення класифікатора елементарних циклів управління в умовах санації для різних структур підприємницького бізнесу.
4. Організація управління санацією підприємства .
5. Аналітичне забезпечення прийняття управлінських рішень щодо реструктуризації енергетичної компанії в межах промислового регіону.
6. Диверсифікація діяльності підприємств аграрного сектору України на світовому ринку аграрної продукції.
7. Механізм стратегічної адаптації аграрних підприємств до умов світового продовольчого ринку.
8. Фінансовий контролінг в аграрному секторі економіки: теоретико-методологічні та практичні підходи підприємствами та ефективності їх використання.
9. Про можливість і доцільність інвестування інновацій управління в авіапромислових підприємствах.
10. Сутність облікової політики та її роль в умовах глобалізації.
11. Актуальні питання класифікації ризиків у обліковій системі підприємства: основні підходи та шляхи удосконалення.
12. Зведена і консолідована фінансова звітність.
13. Статистична і спеціальна звітність підприємств.
14. Фінансова безпека як результат ефективного використання фінансових ресурсів акціонерного товариства.
15. Сучасні підходи в аналітичному забезпеченні дослідження фінансового потенціалу підприємства.
16. Комплексна програма фінансового ресурсозбереження на торговельному підприємстві.
17. Вплив кризових явищ на оцінку вартості підприємства.
18. Фінансова рівновага як основа динамічного розвитку підприємства.
19. Економічна оцінка інвестиційного потенціалу підприємства.
20. Ризик як чинник впливу на інвестиційну діяльність підприємств.
21. Фінансові аспекти підтримки інноваційного розвитку промислових підприємств.
22. Управління процесами руху персоналу в умовах нестійкої економіки.
23. Проблеми управління персоналом аграрних підприємств в умовах нестійкої економіки.

24. Коуч-технології як ефективний інструмент управління персоналом в умовах нестабільної економіки.
25. Вплив елементів ринку праці на забезпечення економічної безпеки вищих навчальних закладів.
26. Оцінка ефективності маркетингового управління підприємства.
27. Діагностика маркетингової політики як інструмент антикризового управління підприємствами України.
28. Концептуальні підходи до розробки та реалізації маркетингової політики підприємства.
29. Диверсифікація виробництва як засіб розвитку підприємств у період кризових явищ в економіці.
30. Формування еколого-економічного механізму маркетингового управління в аграрному виробництві

Варіант 2. Наукова стаття з проблем дослідження

Невід'ємною складовою наукового дослідження є його апробація. Готуємо наукову статтю з дотриманням вимог ВАК України вимог від 15.01.02003 р. (№7–05/1 "Про підвищення вимог до фахових видань, внесених до переліків ВАК України").

1. Формуємо робочу назву статті:
 - 1.1. Заголовок має бути коротким, лаконічним, однозначним, конкретним.
 - 1.2. Обираючи заголовок, чітко уявляємо, на чому саме хочемо сконцентрувати увагу читача.
2. Визначаємо межі теми та обсяги наукової інформації, яка буде представлена в ній.
3. Розробляємо орієнтовний план (зміст) статті: вступ, основну частину, висновки, перспективи дослідження.
4. У вступі повинні знайти місце відповіді на такі питання:
 - 4.1. постановка проблеми, її актуальність; науково–практичне значення того, що досліджуватиметься в основній частині статті,
 - 4.2. аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор;
 - 4.3. виділення невирішених раніше питань, яким присвячується означена стаття;
 - 4.4. формулювання мети і завдання статті;
5. Визначаємо методи дослідження, джерельну базу, готуємо основні тези–відповіді на завдання;
6. Подаємо визначення використовуваних у статті термінів;
7. В основній частині подаємо повне обґрунтування отриманих результатів. Увага: основний текст пишемо, спираючись на головні принципи: "від відомого → до невідомого", "від простого → до складного".
8. Готуючи висновки, перевіряємо узгодженість між заголовком, метою, завданнями і висновками,
9. Міркуємо про перспективи наступних розвідок у цьому питанні
10. Проводимо самоконтроль виконаної роботи на змістовому, логічному, мовностилістичному рівнях. Перевіряємо текст статті:

- 10.1. на відповідність чинним правописним нормам;
- 10.2. на відповідність вимогам наукового стилю;
- 10.3. на відповідність оформлення цитат і посилань.

11. Оформляємо список використаних джерел за чинними стандартами.

Варіант 3. Підготовка термінологічного словника за спеціальністю.

Укладання термінологічного словника починають з того, що з різних джерел відбирають терміни. Джерела можуть бути такими: монографії та статті відомих вчених та фахівців-практиків; підручники для вищих навчальних закладів, що містять чіткі визначення понять і стандартизовані терміни; галузеві енциклопедії; вторинні документи: а) реферати й анотації з реферативних журналів; б) опис винаходів.

Після відбору термінів складають словник термінологічного словника - реєстр одиниць (слів, словосполучень, скорочень, символів, сполучень слів і символів), які слід визначити та описати.

Структура словникової статті

Для термінологічних словників дуже важливою ознакою є наявність і зміст лівої та правої частин словникової статті:

- ліворуч - заголовне слово (термін); етимологія (походження);
- праворуч - семантизація заголовного слова, що може містити такі відомості про термін:

- зазначення щодо сфер вживання терміна;
- дефініція - визначення поняття, що позначено саме цим терміном;
- приклади на сполучуваність терміна з іншими словами;
- похідні слова, синоніми, антоніми.

Наприклад:

Амулет (араб, *hamula* – досл. носити) – реліг.; невеликий предмет (талісман), за уявленням наділений надприродною силою, здатністю захищати, оберігати його власника від нещасть, хвороб, ворожих чарів тощо. *Сімейний амулет, амулет життєвих сил.* Оберіг, талісман.

Варіант 4. Підготовка друкованого варіанту наукового виступу і його електронної презентації

8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Основу методології навчальної дисципліни складає комплекс методів навчання у вищій школі:

- 1. Пояснювально-ілюстративний метод або інформаційно-рецептивний.**
- 2. Репродуктивний метод (репродукція - відтворення).**
- 3. Метод проблемного викладу.**
- 4. Частково-пошуковий (евристичний) метод.**
- 5. Дослідницький метод.**
- 6. Метод дискусії.**
- 7. Ділова гра, як метод активного навчання.**

8. Метод імітації.
9. Метод моделювання.

9. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

1. Усне опитування.
2. Практична перевірка.
3. Рейтинговий контроль знань.
4. Контроль на лекції.
5. Поточний контроль.
6. Екзамен.

10. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Поточне тестування та самостійна робота											Сума
Змістовий модуль №1			Змістовий модуль № 2				Змістовий модуль № 2				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	100
9	9	9	9	9	9	10	9	9	9	9	

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
91 – 100	A	відмінно	зараховано
81-90	B	добре	
71-80	C		
61-70	D	задовільно	
51-60	E		
31-50	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-30	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

11. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова література

1. Довбня С. Б., Найдовська А. О. Економічне управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання : навчальний посібник. Дніпро : Україн. держ. ун-т науки і технол., 2023. 86 с.
2. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с.
3. Економічне управління підприємством : навч. посіб. / [Н. М. Євдокимова, Л. П. Батенко, В. А. Верба та ін.] ; за заг. ред. Н. М. Євдокимової. К. : КНЕУ, 2011. 327 с.
4. Економічне управління підприємством: конспект лекцій для студентів денної та заочної форм навчання за спеціальністю 051 «Економіка» / уклад. Л. С. Ларка. [Електронне видання]. Харків : НТУ «ХПІ», 2017. 84 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/2d7ea3e4-b54b-4a3a-b97e-caf4dac7ca44/content>.
5. Жигалкевич Ж.М., Кам'янська О.В. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 214 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/ca819830-66f0-4152-9e27-1eb3651fe9fc/content>.
6. Інноваційні підходи до розвитку управління / Загальна редакція д-ра екон. наук, професора Н. Е. Аванесової. Харків: ФОП Мезіна В. В., 2022. 652 с.
7. Ковшова І. О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика : монографія. Видавництво ФОП Вишемирський В. С., 2018. 516 с.
8. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. Київ : НАУ, 2022. 204 с.
9. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. К.: НАУ, 2022. 204 с.
10. Прийняття управлінських рішень : навчальний посібник / [Ю. Є. Петруня, Б. В. Літовченко, Т. О. Пасічник та ін.] ; за ред. Ю. Є. Петруні. – [3-тє вид., переробл. і доп.]. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2015. 209 с.
11. Управління бізнесом : навчальний посібник / Т. І. Балановська, А. В. Троян. К. : НУБіП України. 2019. 404 с.
12. Управління маркетинговою діяльністю: ситуаційні вправи : навч. посібник / Г. Я. Левків, О. П. Подра, Г. З. Леськів, С. М. Гинда. Львів : ЛьвДУВС, 2019. 190 с.
13. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / [Васьківська К. В., Сич О. А.] . Львів : «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2017. 236 с.
14. Фінансовий менеджмент : підручник / за ред. д-ра екон. наук, проф. М. І. Крупки ; [М. І. Крупка, О. М. Ковалюк, В. М. Коваленко та ін.] . – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 440 с.

Допоміжна література

1. Актуальні питання сучасного менеджменту в умовах економіки, що трансформується: колективна монографія / Загальна редакція к.е.н., професора Т. Є. Андрєєвої. Харків : ФОП Мезіна В. В., 2018. 237 с.
2. Андрєєва Т. Є., Гетьман О. О. Напрями розвитку організації в контексті технологічних змін. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2020. № 69. С. 59-75.
3. Бутенко Д. С. Впровадження контролінгу на підприємстві в умовах нової парадигми менеджменту. *Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку*. 2018. Вип. 3. С. 60-64.
4. Водолазька О. А. Грошові потоки підприємства: принципи та методи управління. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 6(23). С. 593-598.
5. Гаватюк Л. С., Пілат А. К. Удосконалення системи управління рентабельністю як умова ефективного функціонування підприємств. *Вісник ХНУ*. 2020. № 2. С. 47-50.
6. Данилків Х., Гембарська Н. Управління оборотним капіталом та джерела його фінансування. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Проблеми економіки та управління». 2022. №1. С. 81-93.
7. Кацемір Я. В., Алещенко Л. О. Сутність та ключові аспекти дослідження економічної категорії «система управління підприємством». *Інтелект XXI*. 2019. №6. С.81-84. URL: http://hdl.handle.net/123456789/3720_6.
8. Коваленко Н. В. Організаційне забезпечення управління розвитком підприємств: цілі, принципи, функції та завдання. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління. 2019. Том 30. №4. С. 69-77.
9. Красняк О. П., Амонс С. Е. Маркетингові дослідження ринку і його структурних елементів: теоретичний аспект. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7926/>.
10. Непочатенко О. О., Пташник С. А. Фінансовий менеджмент як необхідна складова ефективної системи управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2021. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9168>.
11. Поліщук С., Вітченко Є. Маркетинговий менеджмент на фоні підприємницької діяльності в Україні. *Економіка та суспільство*, 2021. Випуск № 24. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/176>.
12. Пшенична Л. В. Управління фінансово економічною діяльністю : навчально-методичний посібник : навчально-методичний комплекс для магістрів спеціальності 8.18010020 «Управління навчальним закладом». Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 264 с. URL: https://library.sspu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/04/Pshenichna_Upravlinnya.pdf.
13. Шергіна Л.А., Жемба А.Й, Савощенко О.О. Етичні аспекти корпоративної поведінки в процесі ведення бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. №4. С. 210-213.

14. Шуміло О. С., Євтушенко Г. В., Каретін Д. О. Теоретичні засади маркетингового менеджменту підприємства. *Бізнес-Інформ*. 2023. № 8. С. 309-315. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2023-8_0-pages-309_315.pdf.

15. Яроміч С. А., Величко Т. Г. Сутність поняття маркетингового менеджменту в науковому дискурсі. *Економіка і суспільство*. 2017. Випуск № 9. С. 740-745. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/9_ukr/127.pdf.

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. Президент України. URL: <http://www.president.gov.ua>;
2. Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua>;
3. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>;
4. Міністерство економіки України. URL: <http://www.me.gov.ua>;
5. Міністерство фінансів України. URL: <http://minfin.kmu.gov.ua>;
6. Міністерство освіти і науки України. URL: <http://www.mon.gov.ua>;
7. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>;
8. Нормативні акти України. URL: www.nau.kiev.ua;
9. Менеджмент: інтернет-портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua>.