

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра програмної інженерії та інформаційних технологій управління

(назва)

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри

Годлевський М.Д. _____

« _____ » _____ 20 _____ року

СЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ТА МАРКЕТИНГ

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти _____ другий (магістерський) _____

перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

вид дисципліни _____ професійна підготовка / вибіркова _____

(загальна підготовка (обов'язкова/вибіркова)/ професійна підготовка (обов'язкова/вибіркова))

форма навчання _____ денна _____

(денна / заочна)

Харків – 20__ рік

Обсяг дисципліни: 3 кредитів ECTS 90 годин.

Лекцій: 16 годин.

Лабораторних занять: _____ годин.

Практичних занять: _____ годин.

Форма контролю: (*залік/іспит*).

Термін викладання для освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр/магістр»: 11 семестр.

Мова викладання: українська/ англійська.

Мета навчальної дисципліни “Організація виробництва та маркетинг” є навчання студентів принципам формування організаційних структур управління організацією, формування системного мислення та комплексу спеціальних знань і вмінь з організації виробництва підприємства, оцінка впливу ринку на виробничі процеси та збут товарів; оптимізація виробничої діяльності при наявності різних факторів.

Компетентності

Загальні компетентності:

- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Спеціальні (фахові) компетентності:

- *Здатність аналізувати, вибирати і застосовувати методи і засоби для забезпечення ефективної діяльності підприємства.*

Результати навчання

Здатність аналізувати, вибирати і застосовувати методи і засоби для ефективної діяльності підприємства.

Знання особливості сучасного етапу ринкових відношень України, роль і значення промислового виробництва в рішенні перспективних і поточних задач; системні основи організації виробництва; проводити оцінку поточних довгочасних наслідків впровадження нової техніки системи управління якістю

продукції і організацію технічного контролю, виробничу структуру виробництва; методи організації виробництва; методи аналізу організації і управління виробництвом і раціоналізації організаційної роботи; зміст окремих розділів бізнес-плану

Здатність створювати та реєструвати підприємства різної організаційно-правової форми; аналізувати процес роботи підприємства; ефективно спілкуватися з урахуванням психологічних особливостей партнерів, впровадити прогресивні системи забезпечення якості, конкурентоздатності продукції стосовно до вимог внутрішнього і міжнародного маркетингу;

Здатність донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності;

Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію.

Здатність проводити комплексне дослідження ринку конкретного товару; позиціонувати товар на ринку; визначити цінову політику підприємства в залежності від стану ринкової кон'юнктури.

Теми, що розглядаються

Тема 1. Процес виробництва, принципи його організації, технічна підготовка виробництва.

Тема 2. Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

Тема 3. Організація управління підприємством.

Тема 4. Основи організації поточного виробництва.

Тема 5. Теоретичні основи маркетинга

Тема 6. Принципи, функції та концепції маркетинга

Тема 7. Сегментування та позиціонування товару на ринку

Тема 8. Система розподілення.

Вибір засобів просування товару Форма та методи навчання При викладанні навчальної дисципліни для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції; робота в малих групах; семінари-дискусії; кейс-метод; ділові ігри.

Методи контролю Система оцінювання знань, вмінь та навичок студентів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять. Перевірка та оцінювання знань студентів може проводитись у таких формах:

1. Оцінювання роботи студентів у процесі практичних занять.
2. Проведення проміжного контролю.
3. Проведення модульного контролю.

Загальна модульна оцінка складається з поточної оцінки, яку студент отримує під час практичних занять та оцінки за виконання модульної контрольної роботи.

Загальна оцінка з дисципліни визначається як середнє арифметичне модульних оцінок та оцінки яка отримана під час проведення заліку.

Розподіл балів, які отримують студенти

Розподіл балів оцінювання успішності студента розраховуються індивідуально для кожної дисципліни з урахуванням особливостей та структури курсу.

Поточна сума балів, що може накопичити студент за семестр може досягати, як максимального балу так і меншого з виділенням балів на іспит чи залік.

В таблиці 1 наведений приклад тих пунктів за якими студент накопичує бали, ці пункти можуть відрізнятися та розглядаються індивідуально для конкретної дисципліни.

Таблиця 1. – Розподіл балів для оцінювання успішності студента

Контрольні роботи	Практичні заняття	КР(КП)	РГЗ	Індивідуальні завдання	Залік	Сума
40				25	35	100

Таблиця 2. – Шкала оцінювання знань та умінь: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	

64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35 - 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0 - 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Літвінова Ю.С. Конспект лекцій з дисципліни “Організація виробництва та маркетинг” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ntumoodle.com

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Армстронг Г. Маркетинг Загальний курс : пер. з англ. : навчальн. посібн. / Армстронг Г., Котлер Ф. – М.: Видавничий дім «Вільямс», 2007 – 608 с
- 2.Гриньова В. Н. Організація виробництва: Навчальний посібник. / В. Н. Гриньова, М.М.Салун - Х.: ВД «ІНЖЕК», 2005. – 552 с.
3. Економіка та організація виробництва: Підручник / За ред. В. Г. Герасимчука, А. Е. Розенплентера. – К.: Знання, 2007. – 678 с. – ISBN 966-346- 214-0
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: Пер. с англ. / Котлер Ф. – М., Х., Минск.: Питер, 2005. – 888 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Котлер Ф. – К.,М.,СПб.: Вильямс, 2009. – 1072 с.

Допоміжна література

6. Козловський В. О. Організація виробництва. Навчальний посібник. Частина 1. Видання 2-е, доповн. і перероб. – Вінниця: ВНТУ, 2005. – 154 с.
7. Козловський В. О., Козловський С. В. Організація виробництва. Практикум. Навчальний посібник. Частина 2. – Вінниця: ВНТУ, 2005. – 168 с.
8. Козловський В. О., Лесько О. Й. Бізнес-планування. Навчальний посібник. – Вінниця: ВНТУ, 2005. – 189 с.
9. Козловський В. О., Погрищук Б. В. Основи підприємництва. Практикум: Навчальний посібник. Видання 5-е, доповн. і перероб. – Тернопіль: ВАТ "ТерноГраф", 2005. – 297 с.
10. Пасічник В.Г., Акіліна О.В. Організація виробництва. Навчально-методичний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 248 с.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

11. <http://korolenko.kharkov.com>
12. www.univer.kharkov.ua/mail/library/

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Таблиця 3. – Перелік дисциплін

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
Інновація та підприємництво	Програмне забезпечення інформаційних систем (ч.1)

Провідний лектор: доц., к.т.н. Літвінова Ю.С.
(посада, звання, ПІБ) (підпис)