

ВИБІРКОВИЙ ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

# Основи менеджменту та маркетингу

Fundamentals of Management and Marketing

| Рівень        | Курс / семестр | Обсяг               | Контроль | Мова       |
|---------------|----------------|---------------------|----------|------------|
| бакалаврський | 2 / 4          | 6,0 ЄКТС / 180 год. | залік    | українська |

**Спеціальність: J7 - Залізничний транспорт | Освітня програма: «Організація перевезень і управління на транспорті»**

Викладач

**Зоріна Олена Іванівна, д.е.н., професор | [профіль викладача](#)**

**E-mail: [zorina@kart.edu.ua](mailto:zorina@kart.edu.ua) | Консультації: за попередньою домовленістю, онлайн у Zoom, Moodle**

Чому варто обрати

Управління та маркетинг є невід'ємною частиною роботи сучасних транспортних підприємств. Курс допоможе зрозуміти, як організовується робота підприємства, як приймаються управлінські рішення, що мотивує працівників і яку роль відіграє керівник. Ви також дізнаєтеся, як підприємства досліджують ринок і потреби споживачів, обирають цільові сегменти та формують комплекс маркетингу. Особлива увага приділяється застосуванню менеджменту й маркетингу у сфері транспортних послуг та залізничного транспорту, тому отримані знання можна використовувати безпосередньо у майбутній професійній діяльності.

Після завершення курсу Ви зможете

- пояснювати сутність менеджменту, його основні функції та роль менеджера в діяльності організації;
- аналізувати внутрішнє і зовнішнє середовище організації та враховувати його вплив під час прийняття управлінських рішень;
- застосовувати базові підходи до планування, організації, мотивації та контролю діяльності;
- пояснювати сутність маркетингу, його концепції, функції та особливості застосування на підприємствах транспорту;
- аналізувати маркетингове середовище, використовувати базові методи маркетингових досліджень, сегментації та позиціонування;
- обґрунтовувати рішення щодо товару (послуги), ціни, збуту та просування з урахуванням специфіки транспортного ринку.

Передумови

Що потрібно на старті. Базові знання з економіки та розуміння загальних принципів функціонування підприємств і ринків. Освітній компонент поєднує управлінський і маркетинговий підходи та орієнтований на їх практичне застосування у сфері залізничного транспорту.

Основні тематичні блоки

- Сутність і завдання менеджменту. Менеджер, рівні управління, управлінські ролі та процес менеджменту.
- Організація як об'єкт управління. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації.
- Функції менеджменту: планування, організація, мотивація та контроль. Керівництво і лідерство.
- Сутність і зміст маркетингу. Концепції, функції та маркетингове середовище підприємства.
- Маркетингові дослідження, сегментація ринку, вибір цільових сегментів і позиціонування.
- Комплекс маркетингу: товар (послуга), ціна, збут і просування. Особливості маркетингу транспортних послуг та залізничного транспорту.

## Навчання, практика та оцінювання

### Практична складова

- Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища організації, визначення факторів прямого і непрямого впливу.
- Розгляд управлінських ситуацій: планування, побудова організаційної структури, мотивація, контроль, керівництво та лідерство.
- Аналіз маркетингового середовища підприємства та факторів, що впливають на його ринкову діяльність.
- Розроблення інструментарію маркетингового дослідження; аналіз ринку, споживачів і маркетингової інформації.
- Сегментація ринку та формування профілю цільового споживача; розроблення рішень комплексу маркетингу для товарів і транспортних послуг.

Індивідуальні завдання. Практикоорієнтовані завдання за вибором здобувача: аналіз середовища організації; характеристика функцій менеджменту; маркетингове дослідження ринку; сегментація та позиціонування; формування комплексу маркетингу для підприємства або транспортної послуги.

### Як проходитиме навчання

15 год. лекцій · 15 год. практичних занять · 150 год. самостійної роботи. Навчання поєднує теоретичні блоки з обговореннями, ситуаційними вправами, аналізом діяльності реальних підприємств, груповою роботою та практичними завданнями. Значна увага приділяється застосуванню інструментів менеджменту й маркетингу у сфері транспортних послуг та залізничного транспорту.

### Оцінювання

| Що оцінюється              | Балів      |
|----------------------------|------------|
| Практичні заняття          | 30         |
| Індивідуальні завдання     | 30         |
| Підсумковий модульний тест | 40         |
| <b>Разом за модуль</b>     | <b>100</b> |

Підсумкова оцінка формується за 100-бальною шкалою: до 60 балів поточного контролю та до 40 балів модульного контролю. Форма підсумкового контролю — залік.

### Короткі правила курсу

- **Дедлайни.** Завдання подаються у встановлені терміни; умови виконання, доопрацювання та захисту зазначаються в Moodle.
- **Академічна доброчесність.** Роботи виконуються самостійно; використані джерела потрібно зазначати. Плагіат, списування та подання чужої роботи як власної не допускаються.
- **Генеративний ШІ.** Дозволений як допоміжний інструмент за умови перевірки інформації, самостійності висновків і зазначення використання ШІ відповідно до вимог завдання.
- **Участь у навчанні.** Очікуються активна робота на практичних заняттях, аргументоване обговорення управлінських і маркетингових ситуацій, виконання завдань та професійна етична комунікація.

### Ключові ресурси

- **Матеріали, завдання та оголошення:** курс у Moodle
- **Правила доброчесності:** [Кодекс академічної доброчесності УкрДУЗТ](#)
- **Навчальні видання:** [репозитарій УкрДУЗТ](#)