



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ІЗМАЇЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**СИЛАБУС**  
навчальної дисципліни

**Менеджмент та маркетинг соціальної сфери**

***1. Основна інформація про дисципліну***

Тип дисципліни:	вибіркова	Форма навчання:	заочна.
Освітній ступінь:	магістр		
Галузь знань:	07 Управління та адміністрування		
Спеціальність:	073 Менеджмент		
Освітня програма:	Менеджмент: адміністрування діяльності суб'єктів господарювання		
Рік навчання:	1	Семестр:	1, 2
Кількість кредитів (годин):	4 (120 год.: 4- лекції; 4- семінарські; 112 - самостійна робота)		
Мова викладання:	українська		

***2. Інформація про викладача (викладачів)***

**ПІБ:** Степанова Катерина В'ячеславівна

**Науковий ступінь, вчене звання, посада:** доктор економічних наук, професор, професор кафедри управління підприємницькою та туристичною діяльністю

**Кафедра:** кафедра управління підприємницькою та туристичною діяльністю

**Робочій e-mail:** stepanova5@ukr.net

**Години консультацій на кафедрі:** вівторок, 14.40-16.00

***3. Опис та мета дисципліни***

Дисципліна «Менеджмент та маркетинг соціальної сфери» призначена для поглиблення фахових компетентностей здобувачів вищої освіти за спеціальністю 073 менеджмент, але може бути цікавою та корисною й студентам інших спеціальностей.

Необхідність вивчення дисципліни обґрунтовується тим, що у сучасній ринковій економіці, коли конкуренція між виробниками товарів різко зростає, а споживачі стають дедалі вибагливішими, кожне підприємство зацікавлено в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю. Така діяльність має наповнюватися не тільки різними заходами, а й чітко скоординуватись і плануватись в сучасних умовах. Зокрема, йому необхідно знати, як аналізувати ринкові можливості, відбирати перспективні цільові ринки, розробляти ефективний комплекс маркетингу і успішно управляти втіленням у життя маркетингових зусиль. Одночасно підприємствам необхідно знаходити нові потенційні ринки, впроваджувати інноваційні технології та створювати відповідну продукцію, як для існуючих споживачів, так і для нових споживачів поряд з реалізацією наявної продукції, вивчати діяльність потенційних конкурентів та впроваджувати заходи по збереженню та підвищенню конкурентних позицій на відповідному ринку.

Зміст дисципліни «Менеджмент та маркетинг соціальної сфери» розкривається через вивчення восьми тем. Отже, у темах 1-2 розкривається сутність менеджменту з організації соціальної сфери, функції управління, закони менеджменту, структура управління організацією соціальної сфери. Наступні теми 3-4 присвячені мотивації, лідерству та стилям управління в організаціях соціальної сфери. Теми 5-6 спрямовано на розгляд особливостей та перспектив розвитку маркетингу та технологій маркетингових досліджень в організаціях соціальної сфери. У темах 7-8 розкриваються основні напрямки проведення маркетингових досліджень та політика маркетингових комунікацій в діяльності організацій соціальної сфери.

Передумови для вивчення дисципліни базується на вивченні таких дисциплін, як «Теорія менеджменту», «Маркетинг», «Економіка підприємства».

Міждисциплінарні зв'язки дисципліна «Менеджмент та маркетинг соціальної сфери» є підґрунтям для подальшого вивчення дисциплін «Стратегічний менеджмент та маркетинг», «Теорія менеджменту», «Маркетинг», «Економіка підприємства».

#### **4. Результати навчання**

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі результати навчання:

##### *Знання:*

- сутності, основних принципів та законів діяльності соціальних організацій;
- основних понять і категорій менеджменту та маркетингу організацій;
- факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, що впливають на ефективність функціонування організації;
- етапів життєвого циклу організації та особливості менеджменту на різних етапах життєвого циклу підприємства;
- методів маркетингового дослідження;
- специфіки управління різновидами підприємств та їх об'єднань;
- методів забезпечення ефективності управління організацією соціальної сфери;
- методів управління організаціями;
- напрямків організаційного розвитку організацій соціальної сфери.

##### *Уміння*

- використовуючи теоретичну базу у сфері менеджменту організацій, знання механізмів створення та реєстрації підприємств різної організаційно-правової форми, навчитися успішно застосовувати їх на практиці для роботи в умовах ринку;
- аналізувати життєвий цикл організації, принципи і закони її функціонування;
- використовувати сучасні методи управління організаційними структурами та маркетингові інструменти формування іміджу організації та просування продуктів і послуг організації на ринку;
- складати статuti, положення про структурні підрозділи та посадові інструкції, розподіляти робочі місця, аналізувати процес розпорядчої діяльності, делегування та інструктування;
- оцінювати фактори ризику та антикризового управління;
- проводити діагностичне дослідження управління організацією;
- застосовувати методи оцінки ефективності управління організацією.

*Комунікація:*

- зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються;
- використання державної мови у професійній діяльності;
- практикувати дотримання етичних принципів ведення дискусій та оприлюднення результатів наукової праці.

*Автономність та відповідальність:*

- прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування;
- відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди;
- здатність до подальшого навчання.

## 5. Структура дисципліни

### Тема № 1. Стратегічний менеджмент з організації соціальної сфери.

Перелік питань/завдань, що виносяться на обговорення/опрацювання	Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси
<p><b>Лекція (2 год.):</b></p> <p>1. Менеджмент з організації соціальної сфери, його сутність.</p> <p>2. Соціальна сфера як об'єкт управління: сутність, види, цілі та завдання діяльності.</p> <p>3. Функції управління, їхній зміст.</p> <p>4. Характеристика загальних функцій управління.</p> <p>5. Управлінський цикл: аналіз (діагностика), планування (проектування), організація (координування), контроль (оцінювання), регулювання (корекція).</p> <p>6. Закони менеджменту.</p>	<p>1. Осовська Г. В. Менеджмент організацій: підручник. Київ: Кондор-Видавництво, 2014. 366 с.</p> <p>2. Основи менеджменту: навч.-метод. посіб. Харків, 2003. 484 с.</p> <p>3. Сладкевич В.П., Чернявський А.Д. Сучасний менеджмент організацій: навч. посібник. Київ: МАУП, 2007. 488 с.</p>
<p><b>Семінарське заняття (- год.):</b></p> <p>Непередбачено у робочій програмі навчальної дисципліни.</p>	
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b></p> <p>Скласти конспект за питаннями (має бути представлений на семінарському занятті):</p> <p>1. Стратегія менеджменту.</p> <p>2. Стратегічне управління, його ознаки.</p> <p>3. Переваги стратегічного управління над оперативним.</p> <p>4. Компоненти стратегічного управління.</p> <p>5. Основні етапи стратегічного планування діяльності організації соціальної сфери.</p> <p>6. Інноваційні підходи до менеджменту в організації соціальної сфери.</p> <p>7. Управлінські інновації.</p> <p>8. Структура інноваційного менеджменту.</p>	<p>1. Осовська Г. В. Менеджмент організацій: підручник. Київ: Кондор-Видавництво, 2014. 366 с.</p> <p>2. Основи менеджменту: навч.-метод. посіб. Харків, 2003. 484 с.</p> <p>3. Сладкевич В.П., Чернявський А.Д. Сучасний менеджмент організацій: навч. посібник. Київ: МАУП, 2007. 488 с.</p>

<p>9. Система законів організації.</p> <p>10. Класифікація організацій.</p> <p>11. Управлінські рішення та методи їх прийняття.</p> <p>12. Етапи процесу прийняття рішень.</p> <p>13. Стратегічне планування.</p> <p>14. Методи стратегічного аналізу.</p>	
--	--

## Тема № 2. Структура управління організацією соціальної сфери.

Перелік питань/завдань, що виносяться на обговорення/опрацювання	Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси
<p><b>Лекція (- год.):</b> Непередбачено у робочій програмі навчальної дисципліни.</p>	
<p><b>Семінарське заняття (2 год.):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Закони функціонування та розвитку організації.</li> <li>2. Типи організацій: традиційні, едхократичні, партисипативні.</li> <li>3. Формальна і неформальна структури організації.</li> <li>4. Організація сфери соціальних послуг, її основні елементи.</li> <li>5. Основні специфічні риси соціальної організації, які визначають напрямки менеджменту.</li> <li>6. Місія організацій соціальної сфери.</li> <li>7. Об'єкти управління.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг. навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 384 с.</li> <li>2. Осовська Г. В. Менеджмент організацій: підручник. Київ: Кондор-Видавництво, 2014. 366 с.</li> <li>3. Основи менеджменту: навч.-метод. посіб. Харків, 2003. 484 с.</li> <li>4. Сладкевич В.П., Чернявський А.Д. Сучасний менеджмент організацій: навч. посібник. Київ: МАУП, 2007. 488 с.</li> </ol>
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b> Скласти конспект за питаннями (має бути представлений на семінарському занятті):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Структура органів управління соціальною сферою в Україні.</li> <li>2. Поняття "організація".</li> <li>3. Роль менеджера, його соціальне призначення.</li> <li>4. Потреби людей в організації.</li> <li>5. Спільні риси організацій, вимоги до них.</li> <li>6. Ознаки організації як спільноти.</li> <li>7. Специфіка результатів діяльності організацій соціальної сфери.</li> <li>8. Структура управління організацією.</li> <li>9. Принципи формування організаційної структури управління.</li> <li>10. Типи організаційної структури</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг. навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 384 с.</li> <li>2. Осовська Г. В. Менеджмент організацій: підручник. Київ: Кондор-Видавництво, 2014. 366 с.</li> <li>3. Основи менеджменту: навч.-метод. посіб. Харків, 2003. 484 с.</li> <li>4. Сладкевич В.П., Чернявський А.Д. Сучасний менеджмент організацій: навч. посібник. Київ: МАУП, 2007. 488 с.</li> </ol>

<p>управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, адаптивна, проектно-цільова, державно-громадська, сегментна (секторна), колегіальна, матрична, модульна.</p> <p>11. Основні специфічні риси організації соціальної сфери, які визначають напрямки менеджменту.</p> <p>12. Місія організацій соціальної сфери. Об'єкти управління. Специфіка результатів діяльності організацій соціальної сфери.</p>	
---	--

### Тема № 3. Мотивація в організаціях соціальної сфери.

Перелік питань/завдань, що виносяться на обговорення/опрацювання	Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси
<p><b>Лекція (2 год.):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мотив і мотивація, їхня сутність.</li> <li>2. Види мотивів: внутрішні та зовнішні.</li> <li>3. Стійкі та ситуативні фактори мотивації.</li> <li>4. Стимули. Стимулювання діяльності. Система стимулювання, її блоки.</li> <li>5. Мотиваційне управління, його зміст.</li> <li>6. Теорії мотивації: змістовні, процесуальні.</li> <li>7. Теорії мотивації Маслоу, Ф. Герцберга, Врума, Л. Портера, Е. Лоулера.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Новак В.О. Організаційна поведінка: підручник. К.: Кондор-Видавництво, 2013, 498 с.</li> <li>2. Немцов В.Д. Менеджмент організацій: навч. посібник. Київ: ТОВ «УВПК Екс об», 2002. 392 с.</li> <li>3. Сладкевич В.П., Чернявський А.Д. Сучасний менеджмент організацій: навч. посібник. Київ: МАУП, 2007. 488 с.</li> </ol>
<p><b>Семінарське заняття (- год.):</b> Непередбачено у робочій програмі навчальної дисципліни.</p>	
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b> Скласти конспект за питаннями (має бути представлений на семінарському занятті):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мотивація як рушійна сила професійної діяльності освітян та розвитку організації.</li> <li>2. Потреби особистості, позитивна їх мотивація.</li> <li>3. Чинники позитивної мотивації.</li> <li>4. Фактори досягнення успіху.</li> <li>5. Фактори, які впливають на задоволеність роботою.</li> <li>6. Основні критерії мотивуючої організації праці.</li> <li>7. Види мотивації менеджерів.</li> <li>8. Організаційне проектування: сутність, цілі та принципи.</li> <li>9. Етапи організаційного проектування.</li> <li>10. Методи організаційного проектування.</li> <li>11. Основні чинники впливу на</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Новак В.О. Організаційна поведінка: підручник. К.: Кондор-Видавництво, 2013, 498 с.</li> <li>2. Немцов В.Д. Менеджмент організацій: навч. посібник. Київ: ТОВ «УВПК Екс об», 2002. 392 с.</li> <li>3. Сладкевич В.П., Чернявський А.Д. Сучасний менеджмент організацій: навч. посібник. Київ: МАУП, 2007. 488 с.</li> </ol>

<p>організаційне проектування.</p> <p>12. Коригування організаційних структур. Причини коригування організаційних структур.</p> <p>13. Оцінка ефективності організаційних проєктів.</p>	
---	--

#### Тема № 4. Лідерство та стилі управління в організаціях соціальної сфери.

Перелік питань/завдань, що виносяться на обговорення/опрацювання	Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси
<p><b>Лекція (- год.):</b> Непередбачено у робочій програмі навчальної дисципліни.</p>	
<p><b>Семінарське заняття (2 год.):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Об'єктивні фактори, які формують стиль лідерства.</li> <li>Лідерство та керівництво, їхні суттєві відмінності.</li> <li>Сучасні моделі лідерства: концепція атрибутивного лідерства, концепція харизматичного лідерства, концепція перетворюючого лідерства, "Основи ефективного лідерства".</li> <li>Головні риси сучасного лідерства. "Перетворюючі лідери".</li> <li>Стиль менеджменту, його суть.</li> <li>Класифікація стилів менеджменту.: адміністративно-командний, маніпулятивний, партнерський, духовний. Теорія Дугласа Мак Грегора.</li> <li>Чотири системи Ренсиса Лайкерта. "Управлінська сітка ГРІД".</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Бондар-Підгурська О. В., Глебова А. О. Ділове адміністрування (корпоративне управління): навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2015. 448с.</li> <li>Виноградський М.П., Виноградська А.М., Шкапова О.М. Менеджмент в організації. Київ: Кондор, 2004. 598 с.</li> <li>Мурашко М.І. Менеджмент персоналу: навч. посіб. 3-те вид., випр. і дон. К.: Т-во «Знання», КОО, 2008. 435 с.</li> <li>Новак В.О. Організаційна поведінка: підручник. К.: Кондор-Видавництво, 2013, 498 с.</li> </ol>
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b> Скласти конспект за питаннями (має бути представлений на семінарському занятті):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Лідерство в сучасному менеджменті та його психологічна сутність.</li> <li>Поняття "лідер", "лідерство".</li> <li>Інтроверти та екстраверти, їхні можливості бути лідерами.</li> <li>Провідні якості лідера.</li> <li>Типи лідерів та основні стилі менеджменту.</li> <li>Особливості лідерства, його види, типи та стилі. Головні риси сучасного лідерства. "Перетворюючі лідери".</li> <li>Стиль менеджменту, його суть.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Бондар-Підгурська О. В., Глебова А. О. Ділове адміністрування (корпоративне управління): навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2015. 448с.</li> <li>Виноградський М.П., Виноградська А.М., Шкапова О.М. Менеджмент в організації. Київ: Кондор, 2004. 598 с.</li> <li>Мурашко М.І. Менеджмент персоналу: навч. посіб. 3-те вид., випр. і дон. К.: Т-во «Знання», КОО, 2008. 435 с.</li> <li>Новак В.О. Організаційна поведінка: підручник. К.: Кондор-Видавництво, 2013, 498 с.</li> </ol>

<p>8. Класифікація стилів менеджменту: адміністративно-командний, маніпулятивний, партнерський, духовний.</p> <p>9. Теорія Дугласа Мак Грегора. Чотири системи Ренсиса Лайкерта. "Управлінська сітка ГРІД".</p> <p>10. Лідерство та керівництво, їхні суттєві відмінності.</p> <p>11. Сучасні моделі лідерства: концепція атрибутивного лідерства, концепція харизматичного лідерства, концепція перетворюючого лідерства, "Основи ефективного лідерства".</p>	
--	--

**Тема № 5. Особливості та перспективи розвитку маркетингу з організації соціальної сфери.**

Перелік питань/завдань, що виноситься на обговорення/опрацювання	Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси
<p><b>Лекція (- год.):</b> Непередбачено у робочій програмі навчальної дисципліни.</p>	
<p><b>Семінарське заняття (- год.):</b> Непередбачено у робочій програмі навчальної дисципліни.</p>	
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b> Скласти конспект за питаннями (має бути представлений на семінарському занятті):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 1. Передумови та тенденції розвитку маркетингової концепції управління в соціальній сфері.</li> <li>2. Основні категорії та поняття маркетингу в соціальній сфері.</li> <li>3. Потреби, що задовольняють організації соціальної сфери.</li> <li>4. Еволюція концепцій маркетингу в соціальній сфері.</li> <li>5. Соціально-етичний маркетинг та перспективи його використання в соціальній сфері.</li> </ol> <p>Сутність, зміст та особливості маркетингу в організації соціальної сфери. Статут, установчий договір: основні положення.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Соціальний продукт як об'єкт маркетингового управління.</li> <li>2. Характеристика та особливості соціальних послуг з точки зору маркетингу.</li> <li>3. Суб'єкти та рівні маркетингу в соціальній</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Жуковська Л. Е. Теорія організацій: навч. посіб. Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 148 с.</li> <li>2. Марущак С. М. Оцінка та управління підприємницькими ризиками: навч. посіб. Херсон: Олді-плюс, 2014 296 с.</li> <li>3. Овечкіна О. А. Планування маркетингу. 2-ге вид. перероб. та доп. : навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 352 с.</li> </ol>

<p>сфері.</p> <p>4. Маркетинг в організаціях соціальної сфери.</p> <p>5. Характеристика основних етапів процесу маркетингового управління в організації соціальної сфери.</p> <p>Маркетингові цілі.</p> <p>2. Методологія проектування системи управління. Особливості різновидів структур управління.</p> <p>3. Організаційна культура. Типи організаційних культур.</p> <p>4. Елементи управління.</p> <p>5. Системні правила управління.</p>	
---	--

### **Тема 6. Технологія маркетингових досліджень в організаціях соціальної сфери.**

<b>Перелік питань/завдань, що вноситься на обговорення/опрацювання</b>	<b>Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси</b>
<p><b>Лекція (- год.):</b> Непередбачено у робочій програмі навчальної дисципліни.</p>	
<p><b>Семінарське заняття (- год.):</b> Непередбачено у робочій програмі навчальної дисципліни.</p>	
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b> Скласти конспект за питаннями (має бути представлений на семінарському занятті):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Цілі та види маркетингових досліджень з організації соціальної сфери.</li> <li>Алгоритм та характеристика етапів проведення маркетингових досліджень з організації соціальної сфери.</li> <li>Принципи та форми організації маркетингових досліджень з організації соціальної сфери.</li> <li>Соціально-етичні норми маркетингових досліджень з організації соціальної сфери.</li> <li>Маркетингова інформація.</li> <li>Види та основні правила збору, обробки і використання маркетингової інформації. Характеристика методів спостереження, переваги та недоліки їх використання в освіті.</li> <li>Експеримент та імітація як методи отримання первинної інформації, види та приклади його використання в практиці</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Жуковська Л. Е. Теорія організацій: навч. посіб. Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 148 с.</li> <li>Овечкіна О. А. Планування маркетингу. 2-ге вид. перероб. та доп. : навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 352 с.</li> <li>Полторак В. А. Маркетингові дослідження: навч. посіб. 3-ге вид. П 52 перероб та доповн. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 342 с.</li> </ol>



<p>організації соціальної сфери.</p> <p>8. Маркетингова інформаційна система з організації соціальної сфери.</p> <p>9. Первинні та вторинні джерела маркетингової інформації, їх характеристика.</p> <p>10. Характеристика внутрішніх та зовнішніх джерел маркетингової інформації.</p> <p>11. Кількісні та якісні методи збору первинної інформації в освіті.</p> <p>12. Практика застосування методів опитування в організації соціальної сфери.</p> <p>13. Структура та правила складання анкети для опитування потенційних споживачів соціальних послуг.</p> <p>14. Маркетингові дослідження та методики отримання маркетингової інформації в середовищі Internet .</p> <p>15. Експертні методи отримання і оцінки маркетингової інформації, їх види та правила використання.</p> <p>16. Метод фокус-групи та глибинне інтерв'ю в маркетингових дослідженнях.</p> <p>17. Вибіркові та панельні дослідження з організації соціальної сфери.</p> <p>18. Характеристика методів аналізу та представлення зібраної маркетингової інформації.</p> <p>19. Взаємозв'язок мети дослідження, методики його проведення та вибору методу аналізу отриманих даних (кореляційного, регресійного, варіаційного, дискримінантного, кластерного, факторного, багатовимірною).</p> <p>20. Звіт про результати маркетингового дослідження.</p>	
--	--

**Тема №7. Маркетингові дослідження в діяльності організацій соціальної сфери**

Перелік питань/завдань, що вноситься на обговорення/опрацювання	Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси
<p><b>Лекція (- год.):</b> Непередбачено у робочій програмі навчальної дисципліни.</p>	
<p><b>Семінарське заняття (- год.):</b> Непередбачено у робочій програмі навчальної дисципліни.</p>	

**Завдання для самостійної роботи:**

Скласти конспект за питаннями (має бути представлений на семінарському занятті):

1. Основні напрямки проведення маркетингових досліджень з організації соціальної сфери.
2. Дослідження середовища маркетингу організації соціальної сфери.
3. Мікро-, мезо- макро- та мегасередовище організації соціальної сфери.
4. Маркетингові дослідження ринку соціальних послуг.
5. Якісна структура ринку соціальної сфери.
6. Географічна та видова сегментація ринку соціальних послуг.
7. Кон'юнктура та місткість ринку соціальної сфери. Частка ринку.
8. Маркетингові дослідження конкурентів та конкурентного середовища новітніх послуг ринку соціальної сфери.
9. Побудова конкурентної картки.
10. Бенчмаркінгові дослідження в соціальної сфері.
11. Маркетингові дослідження споживачів соціальних послуг.
12. Маркетингові дослідження конкурентів та конкурентного середовища новітніх послуг ринку соціальної сфери.
13. Побудова конкурентної картки.
14. Бенчмаркінгові дослідження в соціальної сфері.
15. Маркетингові дослідження споживачів соціальних послуг. Характеристика основних факторів, що впливають на попит на соціальні послуги.
16. Дослідження поведінки споживачів соціальних послуг.
17. Мотиви поведінки споживачів послуг.
18. Характеристика основних етапів процесу ухвалення споживачем рішення щодо придбання соціального продукту.
19. Оцінка рівня задоволення очікувань споживачів соціальних послуг.

1. Жуковська Л. Е. Теорія організацій: навч. посіб. Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 148 с.
2. Овечкіна О. А. Планування маркетингу. 2-ге вид. перероб. та доп. : навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 352 с.
3. Полторак В. А. Маркетингові дослідження: навч. посіб. 3-те вид. П 52 перероб та доповн. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 342 с.

**Тема №8. Політика маркетингових комунікацій в діяльності організацій соціальної сфери**

Перелік питань/завдань, що виносяться на обговорення/опрацювання	Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси
<p><b>Лекція (- год.):</b> Непередбачено у робочій програмі навчальної дисципліни.</p>	
<p><b>Семінарське заняття (- год.):</b> Непередбачено у робочій програмі навчальної дисципліни.</p>	
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b> Скласти конспект за питаннями (має бути представлений на семінарському занятті):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Комплекс маркетингових комунікацій організацій.</li> <li>2. Цільові аудиторії комунікацій.</li> <li>3. Концепція інтегрованих маркетингових комунікацій.</li> <li>4. Характеристика основних та синтетичних елементів комплексу маркетингових комунікацій організації соціальної сфери.</li> <li>5. Персональний продаж в комплексі маркетингових комунікацій організації соціальної сфери.</li> <li>6. Стимулювання збуту в комплексі маркетингових комунікацій організації соціальної сфери.</li> <li>7. Визначення цілей стимулювання збуту, вибір засобів, розробка програми, попереднє тестування і реалізація, оцінка результатів.</li> <li>8. Основні етапи розробки програми стимулювання збуту організації соціальної сфери.</li> <li>9. Робота з громадськістю в комплексі маркетингових комунікацій організації соціальної сфери.</li> <li>10. Відносини з пресою, публіциті соціального продукту та організації соціальної сфери, корпоративна комунікація, лобіювання, консультування, спонсорство і меценатство.</li> <li>11. Основні інструменти маркетингових зв'язків з громадськістю та їх можливості в організації соціальної сфери.</li> <li>12. Реклама в комплексі маркетингових комунікацій організації соціальної сфери.</li> <li>13. Персональний продаж в комплексі</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Жуковська Л. Е. Теорія організацій: навч. посіб. Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 148 с.</li> <li>2. Овечкіна О. А. Планування маркетингу. 2-ге вид. перероб. та доп. : навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 352 с.</li> <li>3. Полторак В. А. Маркетингові дослідження: навч. посіб. 3-те вид. П 52 перероб та доповн. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 342 с.</li> </ol>

<p>маркетингових комунікацій організації соціальної сфери.</p> <p>14. Стимулювання збуту в комплексі маркетингових комунікацій організації соціальної сфери.</p> <p>15. Визначення цілей стимулювання збуту, вибір засобів, розробка програми, попереднє тестування і реалізація, оцінка результатів.</p> <p>16. Основні етапи розробки програми стимулювання збуту організації соціальної сфери.</p> <p>17. Робота з громадськістю в комплексі маркетингових комунікацій організації соціальної сфери.</p> <p>18. Відносини з пресою, публіциті соціального продукту та організації соціальної сфери, корпоративна комунікація, лобіювання, консультування, спонсорство і меценатство.</p> <p>19. Основні інструменти маркетингових зв'язків з громадськістю та їх можливості в організації соціальної сфери.</p> <p>20. Реклама в комплексі маркетингових комунікацій організації соціальної сфери. Особливості та види реклами в організації соціальної сфери.</p> <p>21. Фірмовий стиль організації соціальної сфери. Елементи фірмового стилю.</p> <p>22. Технологія брендінгу в соціальній сфері</p>	
--	--

## **6. Політика курсу**

### **Політика щодо відвідування навчальних занять**

Згідно з «Положенням про порядок оцінювання рівня навчальних досягнень студентів в умовах ЄКТС в ІДГУ» студенти мають обов'язково бути присутніми на семінарських заняттях. Студент, який з поважних причин, підтверджених документально, не мав був відсутній на семінарському занятті, має право на відпрацювання у двотижневий термін після повернення до навчання. Студент, який не використав надане йому право у встановлений термін або пропустив заняття без поважних причин, отримує за кожне пропущення заняття 0 балів. Студенти, які навчаються за індивідуальним графіком, мають в повному обсязі виконати додаткові індивідуальні завдання, попередньо узгодивши їх з викладачем. Присутність на модульній контрольній роботі є обов'язковою. У випадку відсутності студента на проміжному контролі з поважної причини, підтвердженої документально, йому призначається інша дата складання модульної контрольної роботи.

### **Політика академічної доброчесності**

Студенти мають дотримуватись правил академічної доброчесності відповідно до «Кодексу академічної доброчесності ІДГУ». Наявність академічного плагіату в студентських доповідях

є підставою для виставлення негативної оцінки. Списування студентів під час проведення модульної контрольної роботи є підставою для дострокового припинення її складання та виставлення негативної оцінки.

## 7. Проміжний і підсумковий контроль

### Форма проміжного контролю

#### Зразок модульної контрольної роботи

##### Варіант 1.

1. Менеджмент, його мета та завдання.
2. Основні типи штабного апарату.
3. Менеджмент – це:
  - а. наука управління людьми;
  - б. управління в умовах ринку;
  - в. діяльність, яка направлена на досягнення мети фірми шляхом раціонального використання ресурсів.

4. Засновник компанії Комоске Мацусита сформулював мету основних положень менеджменту:

- не хитруй будь чесним;
- будь господарем на своєму місці;
- не живи минулим днем, постійно вдосконалюй свої знання;
- відносяся з повагою та уважністю до к навколишніх;
- увесь час пам'ятай про зовнішній світ, застосовуйся до законів його розвитку;
- з подякою віднось до того, що маєш та отримуєш – ми усе беремо у суспільства в борг;
- не припиняй задавати собі питання: «На кого я працюю»? відповідь тільки одна на суспільство.

##### Питання

1. В чому полягає сутність соціальної направленості менеджменту?
2. Яким чином можна розумно суміщати у менеджменті частинний та суспільний початок?

## 8. Критерії оцінювання результатів навчання

### Шкала та схема формування підсумкової оцінки

Переведення підсумкового балу за 100-бальною шкалою оцінювання в підсумкову оцінку за традиційною шкалою

Підсумковий бал	Оцінка за традиційною шкалою
51-100	зараховано
1-50	не зараховано

### Схема розподілу балів

Максимальна кількість балів	70 балів (поточний контроль) – середньозважений бал оцінок за	30 балів (проміжний контроль) – за результатами виконання
-----------------------------	--	--

	відповіді на семінарських заняттях та виконання індивідуальних завдань, який переводиться у 100- бальну шкалу з ваговим коефіцієнтом.0,4	модульної контрольної роботи
<b>Мінімальний пороговий рівень</b>	<b>35 балів</b> (поточний контроль)	<b>16 балів</b> (проміжний контроль)

Підсумкова оцінка виставляється за результатами поточного та проміжного контролю. Під час поточного контролю оцінюються відповіді студента на семінарських заняттях та результати самостійної роботи. Нарахування балів за поточний контроль відбувається відповідно до [«Положення про порядок оцінювання рівня навчальних досягнень студентів в умовах ЄКТС в ІДГУ»](#).

### Критерії оцінювання під час аудиторних занять

<b>Оцінка</b>	<b>Критерії оцінювання навчальних досягнень</b>
<b>5 балів</b>	Оцінюється робота студента, який у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно й аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією, розв'язує задачі стандартним або оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки.
<b>4 бали</b>	Оцінюється робота студента, який достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, розв'язує задачі стандартним способом, послуговується науковою термінологією. Але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.
<b>3 бали</b>	Оцінюється робота студента, який відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, записує основні формули, рівняння, закони. Однак не здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.
<b>2 бали</b>	Оцінюється робота студента, який достатньо не володіє навчальним матеріалом, однак фрагментарно, поверхово (без аргументації й обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань.
<b>1 бал</b>	Оцінюється робота студента, який не в змозі викласти зміст більшості питань теми та курсу, володіє навчальним матеріалом на рівні розпізнавання явищ, допускає істотні помилки, відповідає на запитання, що потребують однослівної відповіді.

<b>0 балів</b>	Оцінюється робота студента, який не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його висвітлити, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.
----------------	--

### **Критерії оцінювання індивідуальних завдань**

Максимальна кількість балів за виконання будь-якого з видів індивідуальних завдань складає 5 балів.

Оцінювання доповіді (реферату) здійснюється за такими критеріями: самостійність та оригінальність дослідження, виконання поставлених автором завдань, здатність здійснювати узагальнення на основі опрацювання теоретичного матеріалу та відсутність помилок при оформленні цитування й посилань на джерела.

Індивідуальне завдання є обов'язковим для виконання та передбачає написання реферату на одну із запропонованих тем. Разом з тим у здобувач освіти може запропонувати свою тему у відповідності до особистих науково-дослідних інтересів та погодити її з викладачем. Також за бажанням студент може написати декілька рефератів протягом семестру для підвищення загальної оцінки за курс.

Окрім цього замість написання реферату можуть бути зараховано прослуховування курсів і у відповідності до теми навчальної дисципліни на платформах EdEra, Prometheus. Зарахування відбувається за наявності сертифікату про успішне проходження курсу.

### ***Тематика рефератів:***

1. Класична теорія менеджменту: школа наукового управління; адміністративна школа управління.
2. Неокласична теорія менеджменту: школа поведінки та школа людських стосунків
3. Процесний підхід до управління.
4. Системний підхід до управління;
5. Ситуаційний підхід до управління.
6. Проектний підхід до управління
7. Сучасні напрямки розвитку науки управління
8. Моделі теорії прийняття рішень: класична, поведінкова, ірраціональна.
9. Прийняття управлінських рішень в організації
10. Маркетингові дослідження та методики отримання маркетингової інформації в середовищі Internet .
11. Експертні методи отримання і оцінки маркетингової інформації, їх види та правила використання.
12. Метод фокус-групи та глибинне інтерв'ю в маркетингових дослідженнях.
13. Вибіркові та панельні дослідження з організації соціальної сфери.
14. Мотиви управлінської діяльності
15. Фактори мотивації діяльності членів організації соціальної сфери.
16. Мотивація роботи освітян
17. Організаційні структури організацій соціальної сфери
18. Типи організаційних структур управління
19. Структурування повноважень і відповідальності
20. Організація соціальної сфери як об'єкт менеджменту.
21. Основні закони менеджменту
22. Сутність і переваги стратегічного управління
23. Форми управлінського впливу: лідерство та влада
24. Стили управління в соціальній сфері
25. Стили та напрямки лідерства в організаціях соціальної сфери.

26. Бенчмаркінгові дослідження в соціальній сфері.
27. Маркетингові дослідження споживачів соціальних послуг
28. Основні інструменти маркетингових зв'язків з громадськістю та їх можливості в соціальній галузі.
29. Реклама в комплексі маркетингових комунікацій організацій соціальної сфери.
30. Особливості та види реклами в соціальній сфері.
31. Фірмовий стиль соціальної організації.
32. Технологія брендінгу в соціальній сфері

### **Критерії оцінювання модульної контрольної роботи**

Модульна контрольна робота проводиться у письмовій формі максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу становить 30 балів. Варіант модульної контрольної роботи містить 1 теоретичне питання, один тест та одне ситуаційне завдання.

Максимальна кількість балів за кожний вид питання складає 10 балів. Максимальна кількість балів виставляється у разі повної обґрунтованої відповіді на питання.

Оцінка «0» виставляється у разі якщо студент не володіє теоретичними матеріалом та не везові відповісти на питання контрольної роботи.

**Викладач**

  
(підпис)

Степанова К.В.  
(ПІБ)

Затверджено на засіданні кафедри управління підприємницькою та туристичною діяльністю  
протокол № 7 від «24» 12 2019 р.

**Завідувач кафедри**

  
(підпис)

(ПІБ)

Сорока Л.М.