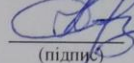


Міністерство освіти і науки України
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра економіки та маркетингу (№ 605)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова НМК

 А.В. Доронін
(підпис) (ініціали та прізвище)

« 30 » 08 2019 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА ОBOB'ЯЗКОВОЇ
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Економічне обґрунтування управлінських рішень в маркетингу
(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
(шифр і найменування галузі знань)

Спеціальність: 075 «Маркетинг»
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма: «Маркетинг»
(найменування освітньої програми)

Форма навчання: денна

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Харків 2019 рік

Робоча програма Економічне обґрунтування управлінських рішень в маркетингу

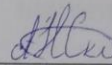
(назва дисципліни)

для студентів за спеціальністю 075 «Маркетинг»
освітньою програмою «Маркетинг»

« 14 » липня 2019 р., – 14 с.

Розробник: Скачков О.М. доцент, к.т.н.

(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь і вчене звання)



(підпис)

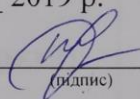
Робочу програму розглянуто на засіданні кафедри економіки та маркетингу

(назва кафедри)

Протокол № 1 від « 30 » серпня 2019 р.

Завідувач кафедри д.е.н., професор

(науковий ступінь і вчене звання)



(підпис)

Давидова І. О.

(ініціали та прізвище)

Опис навчальної дисципліни,

Найменування показника	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни (денна форма навчання)	
Кількість кредитів – 6,5	<p>Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» (шифр і найменування)</p> <p>Спеціальність 075 «Маркетинг» (код і найменування)</p> <p>Освітня програма «Маркетинг» (найменування)</p> <p>Рівень вищої освіти: другий (магістерський)</p>	Цикл професійної підготовки	
Кількість модулів – 2		Навчальний рік	
Кількість змістовних модулів – 2		2019/2020	
Індивідуальне завдання (РР) «Використання кореляційного аналізу для прийняття та обґрунтування управлінських рішень в маркетингу», (назва) Курсова робота		Семестр	
Загальна кількість годин – 195; – 64*/195 = 0,33		<u> 1 </u> -й	<u> 2 </u> -й
Кількість тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 5,4	Лекції*		
	<u> 24 </u> годин	<u> — </u> - <u> — </u> годин	
	Практичні, семінарські*		
	<u> 24 </u> годин	<u> 16 </u> годин	
	Лабораторні*		
	<u> — </u> - <u> — </u> годин	<u> — </u> - <u> — </u> годин	
	Самостійна робота		
	<u> 87 </u> годин	<u> 44 </u> години	
	Вид контролю		
	модульний контроль, іспит	диф. залік	

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить:
64/131 = 0,49

*Аудиторне навантаження може бути зменшене або збільшене на одну годину залежно від розкладу занять.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: формування знань і навичок стосовно економічного обґрунтування управлінських рішень в маркетингу з різним ступенем невизначеності та ризику, оволодіння методологією розрахунків для практичної діяльності як фахівців з маркетингу.

Завдання:

1. Розглянути методологічні та методичні основи підготовки управлінських рішень.
2. Розглянути методики економічного обґрунтування управлінських в сфері маркетингу
3. Розглянути особливості обґрунтування управлінських рішень при здійсненні інвестування

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- основні принципи обґрунтування різних видів управлінських рішень;
- основні моделі і методи підтримки прийняття рішень в маркетингу та напрями їх застосування в реальних бізнес-ситуаціях;
- методи економічної оцінки управлінських заходів, маркетингових рішень та підприємницьких ідей.

вміти:

- здійснювати аналіз, ідентифікацію та оцінювання ризику, використовуючи комп'ютерну техніку та програмно-математичні комплекси;
- оцінювати ефективність інвестицій та маркетингових рішень;
- аналізувати показники для пошуку і розробки найкращих управлінських рішень в умовах ризику.

мати уявлення:

- про моделі, алгоритми і детермінанти процесу прийняття рішення;
- про інструменти, що використовуються для підтримки прийняття рішень у складних ситуаціях.

мати навички практичних дій в обґрунтовані, оцінки та прийнятті управлінських рішень в сфері маркетингу .

Міждисциплінарні зв'язки: Поведінка споживача, Маркетинг, Електронна комерція, Маркетингові дослідження, Маркетингове ціноутворення, Маркетингові комунікації, Маркетингова товарна політика, Маркетинг послуг.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Основи підготовки управлінських рішень

ТЕМА 1. Сутнісна характеристика управлінських рішень в маркетингу

Основи концепції маркетингу. Розуміння маркетингу. Ринок як поле діяльності маркетингу. Обмеження маркетингу. Сфера застосування маркетингових рішень. Організація маркетингу.

ТЕМА 2. Технологія підготовки, прийняття і реалізації управлінських рішень

Етапи та організація розробки управлінських рішень. Інформаційне забезпечення управлінських рішень. Організаційно-технологічні основи підготовки рішення. Організація і контроль виконання рішень.

ТЕМА 3. Якість і функції управління.

Забезпечення співставимості альтернативних варіантів управлінських рішень. Врахування факторів ризику і невизначеності при прийнятті рішень. Шляхи підвищення ефективності управлінських рішень. Визначення ефективності управлінських рішень

ТЕМА 4. Методологічні підходи до розробки управлінських рішень

Роль методології в системі розробки, прийняття і реалізації рішень.. Застосування до розробки управлінських рішень наукових підходів. Натуралістичний і _рогрессу_ яльний методологічний підхід в теорії прийняття рішень. Системний підхід в розробці, прийнятті і реалізації управлінських рішень. Вибір методів вирішення проблем. Врахування факторів ризику і невизначеності при прийнятті рішень

ТЕМА 5. Особливості прийняття окремих управлінських рішень

Врахування особливостей інформаційного забезпечення. Прийняття стратегічних рішень. Вироблення рішення керівником тактичного рівня. Управлінські рішення в сфері управління персоналом, виробництва, фінансів.

ТЕМА 6. Методи прогнозування управлінських рішень

Основи передбачення та прогнозування. Принципи та класифікація управлінських рішень. Методи екстраполяції. Параметричні методи. Експертні методи. Евристичні методи. Суть нормативного, експериментального та індексного методів. Організація роботи по прогнозуванню та вибір методів прогнозування. Способи формування пріоритетів.

ТЕМА 7. Автоматизація процесу розробки та прийняття управлінських рішень

Передумови і етапи автоматизації процесу прийняття рішень. Класифікація інформаційних систем прийняття рішень. Особливості розробки інформаційних систем підтримки прийняття рішень. Функціонально-структурний зміст інформаційних систем підтримки прийняття рішень. Огляд інформаційних систем, використовуваних для прийняття управлінських рішень

Модульний контроль

Змістовний модуль 2. «Оцінювання ефективності маркетингових та інвестиційних рішень»

ТЕМА 8. Одержання маркетингової інформації.

Маркетингові дослідження. Критерії маркетингових досліджень. Сфери прийняття рішень при маркетинговому дослідженні.

ТЕМА 9. Рішення щодо продукту та розподілу

Прийняття рішень щодо продукту. Основи прийняття рішень щодо продукту. Критерії прийняття рішень щодо продукту. Можливості формування і методи прийняття рішення. Технологія прийняття рішення щодо продукту.

Поняття і значення розподілу. Критерії рішень щодо розподілу. Формування методу розподілу. Формування логіки розподілу. Технологія ухвалення рішення щодо розподілу.

ТЕМА 10. Рішення про умови

Поняття і значення умов. Критерії рішення про умови. Можливості реалізації монетарних умов. Оформлення немонетарних умов. Оптимальні рішення про ціни. Технологія прийняття рішення про умови.

ТЕМА 11. Прийняття рішень з реклами

Поняття і значення реклами збуту. Мета і обмеження в рекламі збуту. Сфери прийняття рішень з реклами. Прийняття оптимальних рішень з реклами. Технологія прийняття рішення з реклами продукту і послуг.

ТЕМА 12. Бізнес-план як інструмент обґрунтування управлінських рішень

Бізнес-план і його місце в обґрунтуванні управлінських рішень. Зміст окремих розділів та собливість складання розділів бізнес-плану

ТЕМА 13. Проблеми оцінки ефективності інвестиційних проектів та оцінка економічної ефективності інвестицій.

Особливості ринково-орієнтованої оцінки інвестиційних проектів та підприємницьких ідей. Система показників фінансово-економічної ефективності інвестицій і методи оцінки. Формування таблиць потоків грошей та фінансового профілю підприємницького проекту. Вибір порогового рівня рентабельності. Аналіз показників на етапі реалізації підприємницької ідеї.

ТЕМА 14. Аналіз показників економічної ефективності інвестицій. Техніко-економічне обґрунтування підприємницького проекту. Обґрунтування доцільності підприємницького проекту

Методологія проведення обґрунтування підприємницького проекту (сучасний ринковий підхід та рекомендації комісії ООН з промислового розвитку). Техніко-економічне обґрунтування підприємницького проекту. Обґрунтування проекту по критерію чистої поточної вартості. Аналіз

показників економічної ефективності інвестицій. Визначення результатів при впровадженні проекту інвестицій. Визначення затрат, пов'язаних з впровадженням і реалізацією проекту. Формування висновків щодо економічної доцільності інвестування підприємницької ідеї або фінансування господарського рішення.

Модульний контроль

Модуль 2.

Індивідуальне завдання (РР)

Курсова робота

4. Структура навчальної дисципліни

Назва змістовного модуля і тем	Кількість годин				
	Усього	У тому числі			
		л	п	лаб.	с. р.
1	2	3	4	5	6
Модуль 1					
Змістовний модуль 1. «Основи підготовки управлінських рішень»					
ТЕМА 1. Сутнісна характеристика управлінських рішень в маркетингу	8	2	1		5
ТЕМА 2. Технологія підготовки, прийняття і реалізації управлінських рішень	8	2	1		5
ТЕМА 3. Якість і функції управління	8	2	1		5
ТЕМА 4. Методологічні підходи до розробки управлінських рішень	8	2	1		5
ТЕМА 5. Особливості прийняття окремих управлінських рішень	8	2	1		5
ТЕМА 6. Методи прогнозування управлінських рішень	15	3	2		10
ТЕМА 7. Автоматизація процесу розробки та прийняття управлінських рішень	8	2	1		5
Модульний контроль	2	2			
Разом за змістовним модулем 1	64	16	8		40
Змістовний модуль 2. «Оцінювання ефективності маркетингових та інвестиційних рішень»					
ТЕМА 1. Одержання маркетингової інформації	7	1	2		4
ТЕМА 2. Рішення щодо продукту та розподілу	7	1	2		4
ТЕМА 3. Рішення про умови	7	1	2		4
ТЕМА 4. Прийняття рішень з реклами	7	1	2		4
ТЕМА 5. Бізнес-план як інструмент обґрунтування управлінських рішень	13	1	2		10
ТЕМА 6. Проблеми оцінки ефективності інвестиційних проектів та оцінка економічної ефективності інвестицій	8	1	2		5
ТЕМА 7. Аналіз показників економічної ефективності інвестицій. Техніко-економічне обґрунтування підприємницького проекту. Обґрунтування доцільності підприємницького	9	2	2		5

проекту					
Модульний контроль			2		
Разом за змістовним модулем 2	60	8	16		36
Усього годин	125	24	24		76
Модуль 2					
Індивідуальне завдання	11	-	-	-	11
Курсова робота	60	-	16		44
Усього годин	195	32	40		131

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
	Разом	

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Методологія прийняття управлінських рішень: основні поняття	1
2	Вирішення практичного завдання з побудуванням етапів розробки та прийняття управлінського рішення	1
3	Вирішення практичного завдання з діагностикою і постановкою проблеми, що потребує вирішення, визначенням та аналізом проблемної ситуації, застосуванням методів економічного обґрунтування управлінських рішень	1
4	Вирішення завдання щодо прийняття управлінського рішення в умовах невизначеності із застосуванням раціональних варіантів управлінських рішень і методикою економічного їх обґрунтування	1
5	Прийняття управлінських рішень на основі моделей беззбитковості	1
6	Використання множинного лінійного кореляційного аналізу для прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу	2
7	Прийняття управлінських рішень на основі аналізу чутливості	1
8	Оцінювання ефективності маркетингових досліджень	2
9	Визначення ефективності каналів розподілу	2
10	Вибір оптимальної стратегії в умовах конфлікту	2
11	Оцінювання ефективності рекламної кампанії	2
12	Зміст та організація бізнес-планування	2
13	Проблеми оцінки ефективності інвестиційних проектів та оцінка економічної ефективності інвестицій. Техніко-економічне обґрунтування підприємницького проекту	2
14	Розрахунок загальних витрат на підприємницький проект.	2
	Разом	24

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Курсова робота		
1	Вибір товару та оцінка його конкурентоспроможності	1
2	Розрахунок потреб в інвестиціях та фінджерелах	2
3	Розрахунок витрат виробництва	2
4	Розрахунок амортизації загально-виробничих витрат	2
5	Розрахунок грошових потоків за роками життєвого циклу	2
6	Розрахунок узагальнюючих фінансово-економічних показників	2
7	Аналіз результатів розрахунків і висновків	2
8	Оформлення роботи згідно з вимогами	1
Разом		16

7. Теми лабораторних занять

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
Разом		

8. Самостійна робота

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
1	Системомислєдїяльнїсна парадигма прийняття управлїнських рїшень. Особливостї самовизначальних процедур особи, яка приймає управлїнське рїшення. Рївнева концепцїя прийняття рїшень (Тема 1)	5
2	Пїдходи до органїзацїї процесу економїчного обґрунтування прийняття рїшень. Особливостї економїчного обґрунтування розробки і реалїзацїї рїшень у складних їєрархїчних системах. (Тема 2)	5
3	Параметри і умови забезпечення якостї і ефектївностї управлїнських рїшень (Тема 3)	5
4	Методи прийняття управлїнських рїшень в умовах ризику та невизначеностї. (Тема 4)	5
5	Особливостї прийняття управлїнських рїшень у сферї надання послуг. Особливостї прийняття управлїнських рїшень у сферї науки та наукоємного виробництва (Тема 5)	5
6	Застосування колегїальних евристичних методїв обґрунтування управлїнських рїшень. (Тема 6)	10
7	Особливостї науково-технїчного прогресу на сучасному етапї розвитку свїтової економїки. (Тема 7)	5
8	Оцїнка результатїв маркетингового дослїдження (Тема 1)	4
9	Промо-проекти в мїсцях прийняття рїшення про покупку (Тема2)	4

10	Принципи ціноутворення і цілі цінової політики (Тема 3)	4
11	Бізнес-план і його місце в обґрунтуванні управлінських рішень. Зміст окремих розділів та особливості складання розділів бізнес-плану (Тема 4)	4
12	Вибір порогового рівня рентабельності. Аналіз показників на етапі реалізації підприємницької ідеї. (Тема 5)	10
13	Методологія проведення обґрунтування підприємницького проекту (сучасний ринковий підхід та рекомендації комісії ООН з промислового розвитку). (Тема 6)	5
14	Формування висновків щодо економічної доцільності інвестування підприємницької ідеї або фінансування господарського рішення. (Тема 7)	5
15	ІНДЗ – РР	11
16	Курсова робота	44
	Разом	131

9. Індивідуальні завдання

Виконання розрахункової роботи за тематикою, затвердженою на засіданні кафедри 605 «Використання кореляційного аналізу для прийняття та обґрунтування управлінських рішень в маркетингу» (1 семестр)

Виконання курсової роботи (2 семестр).

10. Методи навчання

Словесні (пояснення, розповідь, бесіда, навчальна дискусія та ін.); наочні (ілюстрування, демонстрування) та практичні (практичні роботи, індивідуальне опитування, тестування).

11. Методи контролю

Поточний, тестовий, підсумковий контроль, семестровий контроль (іспит) і диференційний залік для курсової роботи.

12. Критерії оцінювання та розподіл балів, які отримують студенти

12.1. Розподіл балів, які отримують студенти (кількісні критерії оцінювання)

Складові навчальної роботи	Бали за одне заняття (завдання)	Кількість занять (завдань)	Сумарна кількість балів
Змістовний модуль 1			
Робота на лекціях	0...0,5	8	0...4
Виконання практичних робіт	2...3	4	8...12
Модульний контроль	10...25	1	15...25

Змістовний модуль 2			
Робота на лекціях	0...0,5	4	0...2
Виконання практичних робіт	2...3	8	16...24
Модульний контроль	10...25	1	15...23
Виконання і захист РР	12...17	1	6...10
Усього за семестр			60...100

Семестровий контроль (іспит) проводиться у разі відмови студента від балів поточного тестування й за наявності допуску до іспиту. Під час складання семестрового іспиту студент має можливість отримати максимум 100 балів.

Білет для іспиту складається з двох теоретичних запитань та одного практичного. Максимальна кількість балів за кожне питання: 30, 30, 40 (сума – 100 балів).

12.2. Якісні критерії оцінювання

Необхідний обсяг знань для одержання позитивної оцінки:

- основні принципи обґрунтування різних видів управлінських рішень;
- основні моделі і методи підтримки прийняття рішень в маркетингу та напрями їх застосування в реальних бізнес-ситуаціях;
- методи економічної оцінки управлінських заходів, маркетингових рішень та підприємницьких ідей.

Необхідний обсяг вмінь для одержання позитивної оцінки:

- здійснювати аналіз, ідентифікацію та оцінювання ризику, використовуючи комп'ютерну техніку та програмно-математичні комплекси;
- оцінювати ефективність інвестицій та маркетингових рішень;
- аналізувати показники для пошуку і розробки найкращих управлінських рішень в умовах ризику.

12.3 Критерії оцінювання роботи студента протягом семестру

– **Задовільно (60-74).** Показати мінімум знань та умінь. Виконати індивідуальні завдання та здати тестування. Знати основні принципи обґрунтування різних видів управлінських рішень, основні моделі і методи підтримки прийняття рішень в маркетингу та напрями їх застосування в реальних бізнес-ситуаціях, принципи врахування особливостей інформаційного забезпечення, методи економічної оцінки управлінських заходів, маркетингових рішень та підприємницьких ідей;

Добре (75-89). Твердо опанувати перелік знань та умінь, захистити всі індивідуальні завдання, здати тестування та поза аудиторну самостійну роботу. Мати уяву про моделі, алгоритми і детермінанти процесу прийняття рішення,

про інструменти, що використовуються для підтримки прийняття рішень у складних ситуаціях.

Відмінно (90-100). Здати всі контрольні точки з оцінкою «відмінно». Досконально знати всі теми та уміти провадити практичних дії в обґрунтовані, оцінки та прийнятті управлінських рішень в умовах невизначеності та ризику в сфері маркетингу.

Шкала оцінювання: бальна і традиційна

Сума балів	Оцінка за традиційною шкалою	
	Іспит, диференційований залік	Залік
90 – 100	Відмінно	Зараховано
75 – 89	Добре	
60 – 74	Задовільно	
0 – 59	Незадовільно	Не зараховано

13. Методичне забезпечення

1. Гавва В.М. Економічне обґрунтування господарських рішень: Навч. посібник [Текст] / В.М. Гавва. – Харків: Нац. аерокосм. ун-т „ХАІ”, 2001. – 157с.
2. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків [Електроний ресурс] : навч. посіб. до практикуму / Д. О. Турко, О. М. Скачков. – Харків : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т», 2018. – 72 с.

14. Рекомендована література

Базова

1. Гавва В.М. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків: Підручник [Текст] / В.М. Гавва, Т.П. Раздимаха. – Харків: Нац. аерокосм. ун-т „ХАІ”, 2008. – 272 с.
2. Маркетинговий аналіз : навчальний посібник [Текст] / [В. В. Липчук, І. Б. Яців, Б. М. Гошко та ін.]. – К. : Академвидав, 2007. – 216 с
3. Управленческие решения: Учебник [Текст] / Л. И. Лукичева, Д. Н. Егоричев, Ю.П. Анискина . - 4-е изд. – М.: Омега-Л, 2009 - 383 с
4. Гавва В.Н. Оценка предпринимательских рисков и формирование рыночной стратегии: Учеб. пособие [Текст] / В.Н. Гавва.– Харьков: Гос. аерокосм. ун-т „ХАИ”, 1999. – 107 с.
5. Моделі і методи прийняття рішень в економіці підприємства. Навч. посібник [Текст] / В.О. Солодкий, В.Р. Красовський – Рівне: НУГВГП, 2012. – 133 с.

Допоміжна

1. Андреева О. Д. Технология бизнеса: маркетинг: Учеб. пособие [Текст] / О.Д. Андреева. – М. : Дело, 2000. – 254 с.
2. Татаренко Н.О. Теорії інвестицій: Навч. посібник. [Текст] / Н.О. Татаренко, А.М. Поручник. - К.: КНЕУ, 2000. - 160 с.

3. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. [Текст] / И.А. Бланк. – Киев: МП «ИТЕМ» ЛТД, «Юнайтед Трейд Лимитед», 1995. – 448с.
4. Федоренко В.Г. Инвестознавство: Підручник [Текст] / В.Г. Федоренко, А.Ф. Гойко /За наук. ред. В.Г. Федоренка. – К.: МАУП, 2000. – 408с.
5. Львов Д.С. Эффективное управление техническим развитием [Текст] / Д.С. Львов. - М.: Экономика, 1990. – 255 с.
6. Черваньов Д.М., Нейкова Л.И. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України [Текст] – К.: КНЕУ, 1999. – 514 с.

15. Інформаційні ресурси

<http://uam.in.ua/> - Українська асоціація маркетингу
<http://www.decisionpro.biz/> - Marketing Engeneering
<http://www.meammarketing.com/> - MEAM Marketing.