



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ



«УПРАВЛІННЯ ПОПИТОМ»

Галузь знань		07 «Управління і адміністрування»			бакалавр			Мова викладання	
Спеціальність		073 «Менеджмент»			6			українська	
Освітньо-професійна програма		«Менеджмент»			вибіркова				
Факультет		Економіки і менеджменту			Менеджмент				
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:						
	4	120	Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	Вид контролю	
			18	-	36	-	66	Залік	

ВИКЛАДАЧІ

Контактна інформація для зв'язку з викладачем: - місцезнаходження робочого місця викладача : ДДМА, II корпус, кафедра «Менеджмент», ауд. 2426;
- робочий телефон: 062-641-68-85, menegment2426@gmail.com, managment@dgma.donetsk.ua; **Дні занять та консультацій:** за поточним розкладом



Корж Марина Володимирівна

Доктор економічних наук, професор.

Досвід роботи - більше 20 років.

Автор понад 70 наукових та навчально-методичних праць,
в тому числі 9 монографій з
актуальних проблем економіки та управління.

Провідний лектор з дисциплін: «Міжнародний маркетинг»,
«Бренд-менеджмент», «Промисловий маркетинг».

E - mail робітник: marinavladimirovna.korzh@gmail.com;

Никнейм в Skype: Marina. Korzh

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	1. Менеджмент 2. Економіка підприємства 3. Маркетинг
Освітні компоненти для яких є базовою	Стратегічний менеджмент, кваліфікаційна робота бакалавра

Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
ЗК3 - Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.	СК2 - Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.
ЗК8 - Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.	СК6 - Здатність діяти соціально відповідально і свідомо
ЗК15 - Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).	СК7 - Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту
	СК10 - Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації.
	СК11 - Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.
	СК12 - Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.
	СК14 - Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.
	СК15 - Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)

- ПРН6.** Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.
- ПРН11.** Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.
- ПРН12.** Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Анотація	У сучасній ринковій економіці важливо не просто знати, що являє собою концепція попиту, який набір його інструментів, але найважливіше вміти в потрібний час і в потрібному місці вжити ці інструменти на практиці для швидкого, цілеспрямованого розв'язку завдань і забезпечення гнучкої поведінки фірми. Це необхідно як для забезпечення економічно ефективної діяльності, так і для максимального задоволення купівельних потреб.
Мета	Метою дисципліни є формування знань і навичок в галузі формування стратегії управління попитом.
Формат та методи навчання	Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль – екзамен (очний, дистанційний формат)

«Правила гри»



- Курс передбачає роботу в колективі.
 - Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Політика щодо дедлайнів та перескладання**
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
 - Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.
 - Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
 - Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
 - Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
 - За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.
- Політика академічної доброчесності**
- Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

<p>Лекція 1,2</p>	<p>Ринковий механізм та його елементи: попит, пропозиція, ціна, рівновага та еластичність</p>	<p>Практичне заняття 1,2</p>	<p>Заняття 1. Зasadні орієнтири ринкової діяльності: потреби, цінності, запити (побажання). Сутність економічної категорії попиту: поняття, методика визначення. Ринкова пропозиція. Методи виміру ринкової рівноваги. Теорія еластичності та її ринкові прояви.</p> <p>Заняття 2 Сутність та суттєва різниця між категоріями: ринковий попит та попит на продукцію компанії. Підходи до визначення цих рівнів попиту. Детермінанти попиту. Фактори, які активізують, стимулюють або обмежують попит. Контрольовані та неконтрольовані фактори попиту. Види попиту. (діалог-пояснення, усне опитування, тестування)</p>	<p>Самостійна робота</p>	<p>Особливості виміру попиту в залежності від видів товарів (послуг). Залежність попиту від сумарного маркетингового тиску</p>
<p>Лекція 3</p>	<p>Класифікаційні характеристики і аналіз попиту. Сутність та характеристика попиту.</p>	<p>Практичне заняття 3</p>	<p>Методи розробки та аналізу процесу взаємодії покупця та продавця. Елементи матеріального середовища та їхня роль у позиціонуванні підприємства та у створенні ринкової пропозиції. Сучасні моделі маркетингу (діалог-пояснення, групова розробка потреб)</p>		<p>Прогнозування попиту, засноване на методах математичної статистики.</p>
<p>Лекція 4,5</p>	<p>Види маркетингу в залежності від стану попиту на ринку. Аналіз попиту на нову продукцію Еластичність попиту.</p>	<p>Практичне заняття 4,5</p>	<p>Заняття 4 Типологія клієнтів та фактори, що впливають на їх поведінку. Якість життя. Життєвий досвід, специфіка сервісних потреб. Психологічні фактори. Мотиви, мотивація та особливість.</p>		<p>Класифікація ризиків і видів ринкового попиту</p>

	Концепція цінової еластичності.		Теорії мотивації та їх вплив на поведінку клієнтів. Сприйняття та засвоєння інформації покупцем. Переконавання та ставлення до покупки. Контрольовані та неконтрольовані фірмою гостинності фактори впливу на покупця. Вплив комплексу маркетингу. Характеристики споживачів послуг <i>Заняття 5</i> Модульна контрольна робота №1	
Лекція 6,7	Властивості та чинники цінової еластичності попиту. Перехресна еластичність і еластичність попиту по доходу.	Практичне заняття 6,7	<i>Заняття 6</i> Модель процесу прийняття рішень та характеристика етапів процесу. Змінні, які формують прийняття рішення. Особливості процесу прийняття рішень клієнтів на ринку. Типи процесів прийняття рішення. Усвідомлення потреби та пошук інформації. (індивідуальне завдання). Розрахунок ціни товару з використанням основних методів ціноутворення <i>Заняття 7.</i> Колоквіум за модулем №1.	Чинники, що впливають на величину попиту
Лекція 8,9	Методи розрахунку цінової еластичності. Взаємозв'язок попиту і пропозиції. Процес ціноутворення витікаючий з попиту.	Практичне заняття 8,9	<i>Заняття 8</i> Споживча лояльність як основа стабільності попиту. (індивідуальне завдання) <i>Заняття 9</i> Концепція маркетингу взаємовідносин (relationship marketing) та внутрішнього маркетингу (internal marketing). Рівні взаємодії з клієнтом. Обслуговування як система. Управління контактами з клієнтами. (індивідуальне завдання)	Еластичність попиту: суть і види кривих. Споживач як учасник процесу обслуговування. Управління попитом клієнтів.
Лекція 10	Сутність та методи ціноутворення. Коректування цін як інструмент управління попитом.	Практичне заняття 10,11	<i>Заняття 10</i> Частка ринку організації як поведінкова реакція споживачів. Методи оцінки частки ринку. Місткість ринку та методи її визначення Частка ринку організації як поведінкова реакція споживачів. Методи оцінки частки ринку. Місткість ринку та методи її визначення (діалог-пояснення, групове рішення кейсів) <i>Заняття 11</i> Поняття, потенційні форми виробничих потужностей (ресурсів або	Методи розрахунку цінової еластичності. Аспекти використання надлишкових сервісних потужностей. Оцінка ефективності використання виробничих потужностей.

			активів) підприємств гостинності. Коливання попиту. (індивідуальне завдання)	
Лекція 12,13	Чинники, що впливають на величину попиту. Характеристика внутрішніх і зовнішніх детермінант попиту.	Практичне заняття 12,13	Заняття 12 Чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства. Заняття 13 Аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства: виробничий, маркетинговий, фінансовий, інноваційний, організаційно – культурний, кадровий, управлінський. (діалог-пояснення, реферат)	Чинники зміни попиту.
Лекція 14,15	Вплив нецінових чинників на величину попиту. Вплив попиту на економічну стратегію підприємства	Практичне заняття 14	Заняття 14 Усне опитування	Властивості і чинники цінової еластичності.
Лекція 16,17	Прогнозування попиту на послуги. Характеристика системи факторів, що визначають попит у промисловості	Практичне заняття 15,16	Заняття 15 Вплив сучасних інформаційних технологій на зміни форм попиту. Створення гнучких виробничих потужностей. Аспекти використання надлишкових сервісних потужностей. Заняття 16 Модульна контрольна робота №2	Взаємозв'язок попиту і пропозиції
Лекція 18		Практичне заняття 17,18	Заняття 17 Міні-кейс Оцінка ефективності використання виробничих потужностей та оцінити вплив на попит(діалог-пояснення, індивідуальне завдання) Заняття 18 Колоквіум за модулем №2	Підготовка до заліку. Повторення матеріалу навчальної дисципліни.

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: Googledocs, Googleanalytics, GoogleTrends - проведення та оцінка маркетингових досліджень; HohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних
Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;

Доступ до матеріалів дистанційного навчання і контролю Moodle з цього курсу можна знайти за посиланням:

<http://moodle.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=527>



ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Котлер Ф. Основи маркетингу / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 5-е вид. – К. : Диалектика, 2020. – 880 с.
2. Савицька Н.Л. Управління попитом : навч.-метод посібник / С 71 Н.Л.Савицька, О. М. Прядко. – Х. : ХДУХТ, 2016. – 197 с
3. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін.– 4-те вид.– К. : Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. – 648 с.
4. Полторак В. А. Маркетингові дослідження: Навч. посібник 3-тє вид., переробл. та доповн./ В. А. Полторак, І.В. Тараненко, О.О. Красовська, – К: Центр навчальної літератури, 2014. – 342 с.



Додаткові джерела

1. Полторак В. А. Маркетингові дослідження: Навч. посібник 3-тє вид., переробл. та доповн./ В. А. Полторак, І.В. Тараненко, О.О. Красовська, – К: Центр навчальної літератури, 2014. – 342 с.
 2. Управління конкурентоспроможністю: Навч. Посібник (друге видання)/ І.П. Фоміченко, В.О. Шашко, Баркова С.О.– Краматорськ.:ДДМА, 2020. –230с.
- Інформаційні ресурси**
1. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.
 2. Офіційний веб-сайт Української Асоціації Маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/>
 3. Архів Журналу «Маркетинг в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
 4. Реклама, маркетинг, PR, SEO [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.proreklamu.com/>

СИСТЕМА ОЦІНКИ

Накопичування балів з навчальної дисципліни		Сума балів	ECST	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	відмінно	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.
Усне опитування	5	81 - 89	B	добре	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
Участь в груповій роботі (розробка бізнес-плану)	3				
Індивідуальне завдання (кейс)	5				
Модульна контрольна робота №1	10	75 - 80	C		Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.
Індивідуальне завдання	10	65 - 74	D	задовільно	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
Колоквіум за модулем №1	15				
Участь в груповій роботі	2	55 - 64	E		Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
Індивідуальне завдання	10				
Реферат	10	30 - 54	FX	незадовільно	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Усне опитування	5				
Модульна контрольна робота №2	10	0 - 29	F		Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни
Колоквіум за модулем № 2	15				

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Види навчальної роботи	Розподіл між навчальними тижнями																		Сума балів	ЕКЗАМЕН
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Методи контролю	ВК	ГР	УО	ІЗ	МКР1		К 1	ІЗ		ГР		Р	УО	ІЗ	МКР2		ІЗ	К 2		
Всього балів на тиждень		3	5	5	10		15	10		2		10	5		10		10	15		
Модулі.	●							●M1	●									●M2		

ВК – вхідний контроль; УО – усне опитування; ГР – групова робота; ІЗ – індивідуальне завдання; МКР – модульна контрольна робота; К – колоквиум, Р - реферат

Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

Опитування з приводу оцінювання якості викладання дисципліни «Управління попитом»

можна знайти за посиланням: <https://docs.google.com/forms/d/1CqQUINrePOyHRz5OaeGeC5oiRAmLWpHJK-FIOBbt6A/edit>

Результати опитування можна знайти за посиланням: <http://moodle.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=527>



Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри Менеджмент

Протокол № 27 від 15.06.21

Завідувач кафедри:

 /Фоміченко І.П./

Розробник:

 /Корж М.В./

Гарант освітньої програми:

 /Шашко В.О./

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Декан факультету:

 /Мироненко Є.В.

