**Самостійна робота з дисципліни «Менеджмент і маркетинг»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ з/п** | **Питання, що виносяться на самостійне вивчення** | **Кількість**  **годин** |
|  | Ресурси організації, особливості їх використання. | 2 |
|  | Основні концепції розвитку менеджменту. | 1 |
|  | Зовнішнє оточення організації непрямої дії. | 1 |
|  | Сучасна концепція поняття «внутрішнє середовище організації» | 2 |
|  | Задоволення первинних та вторинних потреб . | 1 |
|  | Стратегічне планування. | 2 |
|  | Роль керівника згідно з теорією Г. Мінцберга. | 1 |
|  | Основні принципи управління організацією за А. Файолем) | 2 |
|  | Визначення функції контролю. | 1 |
|  | Принципи делегувань повноважень. | 2 |
|  | Стадії розвитку колективу. | 2 |
|  | Суть конфліктів, їх природа. | 1 |
|  | Вимоги до управлінських рішень, та їх реалізація. | 2 |
|  | Конкурентоспроможність товарів на ринку | 1 |
|  | Маркетингова інформація, її види та способи збору. | 2 |
|  | Поняття ринку, його основні риси та види. | 2 |
|  | Форми управління маркетингом. | 1 |
|  | Роль та та значення функціонування служб маркетингу. | 1 |
|  | Види маркетингових планів | 2 |
|  | Стратегії конкурентів на ринку | 2 |
|  | Оцінка ризику при впровадженні нового товару | 2 |
| *Разом* | | 32 |

**Завдання для самостійної роботи здобувача**

Основні завдання для самостійної роботи:

1) попереднє опрацювання інформаційного забезпечення за кожним модулем (темою);

2) підготовка до поточного контролю - розв’язання завдань самоконтролю за кожною темою;

3) виконання тематики науково-дослідної роботи;

4) підготовка до підсумкового контролю.