

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

**Державний методичний центр навчальних закладів
культури і мистецтв**

**ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА
І МЕНЕДЖМЕНТУ**

**Програма
для вищих навчальних закладів культури і мистецтв
I-II рівнів акредитації**

Спеціальність “Бібліотечна справа”

Київ – 2005



МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Державний методичний центр навчальних закладів
культури і мистецтв

**ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА
І МЕНЕДЖМЕНТУ**

Програма
для вищих навчальних закладів культури і мистецтв
I–II рівнів акредитації

Спеціальність “Бібліотечна справа”

2005

Видання здійснено на замовлення Державного методичного центру навчальних закладів культури і мистецтв України

ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА І МЕНЕДЖМЕНТУ

Програма для вищих навчальних закладів культури і мистецтв І–ІІ рівнів акредитації, – Вінниця: НОВА КНИГА, 2005. – 12 с.

Укладач:	<i>Н. Г. Кочергіна</i> – ст. викладач Миколаївського державного вищого училища культури
Рецензенти:	<i>Ю. Ф. Вобленко</i> – зав. відділом інформаційно-бібліографічної і методичної роботи Миколаївської обласної бібліотеки для юнацтва <i>Т. С. Астапенко</i> – заступник директора з наукової роботи Миколаївської державної обласної універсальної наукової бібліотеки ім. О. Гмиря
Відповідальний за випуск	<i>Т. Ф. Стронько</i>
Редактор	<i>В. Д. Мельничук</i>

Підписано до друку 02.12.05 р. Гарнітура Times
Формат 60×84_{1/16}. Папір офсетний. Друк офсетний.
Обл.-вид. арк. 0,75. Наклад 100 прим.

Видавництво «Нова Книга» м. Вінниця, вул. Стеценка, 46/85
Свідоцтво про внесення до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК №103 від 30.06.2000 р.
Тел. (0432)52-34-80, 52-34-82 Факс 52-34-81
E-mail: newbook1@vinnitsa.com
www.novaknyha.com.ua

© Державний методичний центр навчальних закладів культури і мистецтв України, 2005

Пояснювальна записка

Становлення і розвиток ринкової економіки в Україні зумовило активний процес ринкових перетворень, значний ріст нових організацій і фірм в державному секторі економіки, в підприємстві і бізнесі. Всі вони відчувають гостру потребу в фахівцях і керівниках нової формації, які володіють знаннями з основ підприємництва, менеджменту, маркетингу.

Тому навчальним планом для училищ культури передбачено вивчення навчальної дисципліни “Основи підприємництва і менеджменту”. Зміст курсу спрямований на розвиток у студентів системного мислення, важливого як для особистого професійного становлення, так і для розвитку організації, галузі, в яких вони працюватимуть.

Структурно навчальна дисципліна складається з трьох взаємопов’язаних розділів:

I розділ – Підприємницька діяльність. Види підприємств

II розділ – Маркетинг. Маркетингова діяльність підприємства

III розділ – Менеджмент. Організації. Менеджери

Головна мета курсу – послідовно, на сучасному методичному рівні висвітлювати систематизовані знання наукового прикладного характеру з питань підприємництва, маркетингу, менеджменту на рівні основних визначень, характеристик, сучасних концепцій та тенденцій розвитку, а також окремих процесів підприємницької, маркетингової діяльності й управління.

Навчальна дисципліна “Основи підприємництва і менеджменту” базується на головних положеннях з курсу сучасної економічної теорії.

На вивчення дисципліни передбачено 54 години, в т.ч. 10 годин – лекційних, 20 годин – лабораторно-практичних занять, 2 години – індивідуальних занять, 22 години – самостійна робота.

Формами поточного та рубіжного контролю знань є експрес-опитування, тести, ділова ситуаційна гра, реферати, доповіді і співдоповіді, дискусії, контрольна робота, підсумкова оцінка в V семестрі.

Дана навчальна програма складена з урахуванням і на підставі програми з предмету “Основи підприємництва і менеджменту”, затвердженої в 1993 році.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назви розділів і тем	Кількість годин									
		Денне відділення						Заочне відділення			
		всього	аудиторні	лекційні	лабораторно-практичні	індивідуальні	самостійна робота	всього	лекційні	лабораторно-практичні	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
	Вступ	2	1	1			1		0,5		
	Розділ I										
	Підприємництво. Види підприємств										
1	Підприємництво. Умови здійснення підприємницької діяльності	2	1	1			1		0,5		
2	Види підприємств	3	1	1			2		1		
3	Підприємницька діяльність в соціокультурній сфері	5	3	1	2		2		1		
4	Етика підприємництва	12	8	2	6		4		1		
	Розділ II										
	Маркетинг. Маркетингова діяльність підприємства										
5	Маркетинг як соціально-економічне явище	8	5	1	4	1	3		1		
6	Реклама в системі маркетингу	8	5	1	4		3		1	2	
	Розділ III										
	Менеджмент. Організації. Менеджери										
7	Менеджмент. Еволюція управлінської думки	5	1	1		1	4		1		

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
8	Організації: елементи теорії. Менеджери. Аспекти управлінської діяльності	5	3	1	2		2			1
	Контрольна робота	2	2		2					2
	ВСЬОГО	52	30	10	20	2	22	12	8	4

Вступ

Мета, предмет вивчення і завдання курсу “Основи підприємництва і менеджменту”. Зміст і структура навчальної дисципліни. Взаємозв’язок із загальнонауковими і спеціальними навчальними дисциплінами. Значення курсу для професійної підготовки фахівців бібліотечної справи.

Організація навчального процесу, методи вивчення навчальної дисципліни “Основи підприємництва і менеджменту”. Форми контролю знань.

Бібліографічний огляд з дисципліни “Основи підприємництва і менеджменту”.

РОЗДІЛ I. ПІДПРИЄМНИЦТВО. ВИДИ ПІДПРИЄМСТВ

Тема 1. Підприємництво. Умови здійснення підприємницької діяльності

Підприємництво як “самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг та заняттю торгівлею з метою одержання прибутку”. Підприємництво як “вид діяльності бізнесмена”.

Суб’єкти підприємницької діяльності. Правове забезпечення підприємницької діяльності в Україні.

Стимулювання підприємництва. Умови здійснення підприємницької діяльності.

Самостійна робота.

Ознайомлення зі змістом Закону України “Про підприємництво” і виділення-засвоєння базових понять.

Тема 2. Види підприємств

Підприємство як самостійний господарчий статутний суб’єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу).

Створення підприємства і порядок його реєстрації.

Підприємство в системі ринкового господарювання.

Види підприємств за формами власності: загальна характеристика.

Параметри, критерії, переваги малого бізнесу. Малі підприємства. Об’єднання підприємств: асоціації, корпорації, консорціуми, концерни та інші організаційні структури.

Види господарських товариств: акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства.

Самостійна робота

Виконати фактографічний пошук понять: асоціація, концерн, консорціум, корпорація. Записати і засвоїти визначення понять.

Скласти кросворд, використовуючи поняття з теми “Види підприємств”.

Тема 3. Підприємницька діяльність в соціокультурній сфері

Розвиток підприємницької діяльності в культурологічних організаціях як державна проблема. Сучасні концептуальні підходи до розвитку платних послуг населенню та організації його дозвільної діяльності.

Види і особливості платних послуг в музейних установах, клубах, бібліотеках.

Умови розвитку підприємницької діяльності в культурологічних підприємствах і закладах України.

Самостійна робота

Ознайомитись з номенклатурою платних послуг бібліотеки-бази навчальної практики.

Лабораторно-практична робота

Визначення платних послуг, які спроможні надавати населенню в сучасних умовах:

- а) музеї;
- б) бібліотеки.

Тема 4. Етика підприємництва

Поняття “етика”. Головні етичні критерії цивілізованого підприємництва.

Культура підприємництва як комплекс думок, поглядів, еталонів поведінки, символів, відносин і засобів організації бізнесу членами підприємства, корпорації, компанії. Елементи культури підприємства: філософські положення, ідеї, гасла, девіз, герої фірми, церемонії та ритуали.

Етика ділового спілкування. Ділові переговори, листування. Ділові бесіди як форми спілкування: методика підготовки і проведення.

Самостійна робота

Підготувати ділову бесіду на запропоновану тему.

Аналізувати текст ділового листа.

Лабораторно-практична робота

Вивчення змісту основних етапів переговорного процесу.

Складання схеми планування ведення ділової бесіди. Проведення бесіди: ділова гра.

Вирішення проблемних ситуацій ділового спілкування.

РОЗДІЛ II. МАРКЕТИНГ. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 5. Маркетинг як соціально-економічне явище

Поняття “маркетинг”. Головні сучасні концепції управління маркетингом: удосконалення виробництва, удосконалення товару, інтенсифікація комерційних зусиль, маркетингу, соціально-етичного маркетингу.

Складові комплексу маркетингу: товар, ціна, розповсюдження, стимулювання.

Функції маркетингу, процес управління маркетингом, аналіз ринкових можливостей, відбір цільових ринків, розробка комплексу маркетингу, втілення в життя маркетингових заходів. Маркетингові дослідження. Ринок. Сегментування ринку і позиціонування товару.

Поняття “товар”. Класифікація товарів. Товарно-знакова практика. Значення упаковки товару. Життєвий цикл товару. Ціна товару. Методи ціноутворення.

Некомерційний маркетинг.

Самостійна робота

Здійснити порівняльний аналіз концепцій маркетингу. Засвоїти основні поняття теми.

Ознайомитись з маркетинговою діяльністю бібліотеки-бази навчальної практики й підготувати письмове повідомлення.

Скласти кросворд з базовими поняттями теми “Ринок”.

Підібрати зразки товарних знаків: оформити буклет.

Лабораторно-практична робота

Розробка питань для проведення особистого інтерв'ю під час маркетингового дослідження і проведення ділової гри “Особисте інтерв'ю”.

Порівняльний аналіз маркетингу на ринку підприємств (продавців) і на ринку споживачів (покупців).

Тема 6. Реклама в системі маркетингу

Сутність реклами як необхідної форми комунікації, що здійснюється за допомогою платних засобів розповсюдження інформації з чітко визначеним джерелом фінансування.

Види, цілі, завдання, засоби реклами в стратегії маркетингової діяльності підприємства. Вимоги до складання рекламного тексту. Елементи реклами.

Реклама і суспільно-державна політика.

Самостійна робота

Підготувати доповідь на тему: “Психологія сприймання різних видів реклами. Формування особистого погляду”.

Ознайомитись з рекламою послуг в бібліотеці-бази навчальної практики. Обґрунтувати значення реклами в стратегії маркетингової діяльності бібліотеки (письмове повідомлення).

Підготувати конспект на тему: “Інформаційний маркетинг в бібліотеці”.

Лабораторно-практична робота

Скласти текст реклами бібліотечних послуг.

Визначити канали поширення реклами бібліотечних послуг.

Індивідуальне заняття

Аналіз і структурування тексту реклами бібліотеки та її послуг і каналів поширення реклами

РОЗДІЛ III. МЕНЕДЖМЕНТ. ОРГАНІЗАЦІЇ. МЕНЕДЖЕРИ

Тема 7. Менеджмент. Еволюція управлінської думки

Поняття “менеджмент” і “управління”.

Предмет і завдання менеджменту як наукової дисципліни.

Еволюція і спадкоємність підходів в теорії менеджменту. Наукові школи у менеджменті: наукового управління, людських відносин і науки про поведінку; біхевіоральний, кількісний, процесний, системний, ситуаційний підходи.

Сучасний менеджмент.

Самостійна робота

Засвоїти і порівняти поняття “менеджмент” і “управління”.

Декодувати таблицю “Еволюція управлінської думки” (порівняльна характеристика наукових шкіл в менеджменті).

Тема 8. Організації: елементи теорії. Менеджери. Аспекти управлінської думки

Поняття “організація”.

Формальні і неформальні, складні організації: загальні характеристики.

Основні ресурси організації: люди, капітал, матеріали, технології, інформація. Компоненти успіху організації: ефективність, економічність, продуктивність.

Горизонтальний і вертикальний розподіл структури управління: лінійна, функціональна, дивізійна (штабна), проектно-організаційна, матрична.

Менеджер як професійний керівник в умовах сучасної цивілізації. Управлінські ролі. Управлінські функції. Соціально-психологічні аспекти персонального менеджменту. Управління конфліктами. Управлінська культура менеджера. Проблеми професійних менеджерів.

Самостійна робота

Вивчення і порівняння понять: менеджер-керівник, бізнесмен-підприємець-менеджер.

Обґрунтувати необхідність управління бібліотекою й визначити рівні і методи управління бібліотекою-базою навчальної практики.

Підготуватись до контрольної роботи.

Лабораторно-практична робота

Визначення типів керівників на основі характеристик.

Індивідуальне заняття

Вирішення конфліктних ситуацій.

Література до розділу “Основи підприємства”

1. Закон України про підприємництво // Збірник законодавчо-правових актів з питань організації та заняття підприємницькою діяльністю. Ч.1 / Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К., 2000. – С. 3–19.
2. Закон України про державну підтримку малого підприємництва // Збірник законодавчо-правових актів з питань організації та заняття підприємницькою діяльністю. Ч.1 / Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К., 2000. – С. 20–27.
3. Закон України про підприємництво в Україні // Збірник законодавчо-правових актів з питань організації та заняття підприємницькою діяльністю. Ч.1 / Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К., 2000. – С. 40–61.
4. Закон України про захист від недобросовісної конкуренції // Збірник законодавчо-правових актів з питань організації та заняття підприємницькою діяльністю. Ч.1 / Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К., 2000. – С. 230–240.
5. Бизнес-план: Методика разработки 25 реальных образцов бизнес-плана / Горемочкин В. А., Богомолов А. Ю. – М.: “Ось-89”, 2000. – 576 с.
6. *Варналій З. С.* Основи підприємництва: Навч. посібник / З. С.Варналій. – К.: Знання-Прес, 2002. – 239 с.: іл.
7. *Васюта-Беркут Ю. О.* Організаційна структура управління підприємством / Ю. О. Васюта-Беркут // Коледжанин. – 2002. – № 11 (11). – С.19–25.
8. Довідник приватного підприємця / За заг. ред.. В. Д. Кончи. – К.: Літера ЛТД, 2001. – 224 с.
9. Економіка підприємства: Підручник / За ред.. С. Ф. Покропівного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп., – К., 2000. – 528 с.: іл..
10. Как это делается: Регистрация субъектов предпринимательской деятельности // Акценты. – 1997. – № 1 (1). – С. 26–27.
11. *Кисельов А. П.* Основи бізнесу: Підручник. – К.: Вища шк., 1998. – 191 с.: іл.

Література до розділу “Маркетинг”.

1. *Абрамова Г. П.* Маркетинг: Вопросы и ответы. – М.: Агропромиздат, 1991. – 158 с.
2. *Бродовой Г. В.* Товарный знак – от А до Я // Акценты. – 1997. – № 4. – С. 26–27.

3. *Викентьев И.* Мифы отечественной рекламы и их опровержение // *Деловая жизнь*. – 1996. – № 28. – С. 24–25.
4. *Герасимова Л. Н.* Маркетинг информационных продуктов и услуг. М., 1997. – 115 с.
5. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. – М.: Ростинер, 1996. – 698 с.
6. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-ге европ. изд. – К.; М.; Сп-б.: Изд. Дом «Вильемс», 1998. – 1056 с.
7. Основы рыночной экономики Украины. Власть. Право. Предпринимательство. Финансы. Налоги. Маркетинг. Менеджмент. Торговля. Реклама. Преступность: Учеб. пособие / Селезнев В. В. – К., А.С.К., 2000. – 544 с.
8. *Прауде В. Р., Білий О. Б.* Маркетинг: Навч. посібник, – К.: Вища шк., 1994. – 256 с.

Література до розділу “Менеджмент”

1. *Берн Э.* Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1988.
2. *Блейк Р., Моутон Д.* Научные методы управления: Пер. с англ. – К.: Наукова думка, 1996.
3. *Васюта-Беркут Ю. О.* Організаційна структура управління підприємством / Ю. О.Васюта-Беркут // *Коледжанин*. – 2002. – № 11(11). – С.19–25.
4. *Герчикова И. Н.* Менеджмент: Учеб.: 2е изд. – М.: Банки и биржи, 1995. 478 с.
5. *Каретникова М.* Маленький спектакль за круглым столом или сам себе режиссер // *Акценты*. – 1997. – № 4 (4), – С. 30.
6. *Карцев С. Е.* Менеджмент: Социально-бихевиористский подход: Учеб. пособие., – К., 1995. – 272 с.
7. Менеджмент: Учеб. для вузов. – М.: Высш. шк., 1994. – 222 с.
8. *Мескон М.* и др. Основы менеджмента: Пер. с англ. / Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. – М.: Дело, 1997. – 701 с.
9. Наука управлять. З історії менеджменту: Хрестоматія: Навч. посібник / Упор І. О. Слепов. – К.: Либідь, 1993.
10. Основы рыночной экономики Украины. Власть. Право. Предпринимательство. Финансы. Налоги. Маркетинг. Менеджмент. Торговля. Реклама. Преступность: Учеб. пособие / Селезнев В. В. – К.: А.С.К., 2000. – 544 с.
11. Учись правильно планировать // *Акценты*. – 1997. – № 1. – С. 30.
12. *Уткин З.* Профессия – менеджер. – М.: Экономика, 1992. – 176 с.