

РОЗШИРЕНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ

з дисципліни "Промисловий менеджмент і маркетинг"

лекційні заняття, годин – 30

Викладач – Добрянська Н.А.

Тема 1. Теоретичні основи промислового менеджменту.

Лекція 1. Основні терміни і поняття промислового менеджменту і маркетингу.

- 1.1. Основні терміни і поняття.
- 1.2. Основні принципи і функції виробничого менеджменту.
- 1.3. Вдосконалення продуктивності на підприємствах.

Лекція 2. Виробнича стратегія підприємства.

- 2.1. Поняття виробничої стратегії. Види і типи стратегій.
- 2.2. Етапи формування виробничої стратегії.
- 2.3. Принципи побудови виробничої стратегії.
- 2.4. Оцінка результату та ефективності виробничої стратегії.

Лекція 3. Проектування продукту.

- 3.1. Методи визначення виробничих потужностей підприємства.
- 3.2. Планування обсягів реалізації.
- 3.3. Планування матеріально-технічного забезпечення підприємства.
- 3.4. Виробничі запаси, показники оцінки.

Лекція 4. Ресурсний потенціал підприємства.

- 4.1. Економічні ресурси.
- 4.2. Засоби виробництва, засоби праці, оцінка ефективності використання.
- 4.3. Класифікація витрат.
- 4.4. Види собівартості. Калькулювання собівартості.

Лекція 5. Планування виробничої програми.

- 5.1. Проектування потужностей і трудового процесу.
- 5.2. Концепції планування потужностей підприємства.
- 5.3. Побудова виробничої програми підприємства на основі програмування.

Лекція 6. Планування і організація матеріальних запасів.

- 6.1. Управління постачанням.
- 6.2. Організація закупівлі на підприємстві. Вибір постачальників.
- 6.3. Прогнозування потреб підприємства у сировині і матеріалах.

Лекція 7. Виробництво у сфері послуг.

- 7.1. Сутність послуг. Класифікація послуг.
- 7.2. Проектування сервісних організацій.
- 7.3. Формування сервісної стратегії підприємства.
- 7.4. Теорія масового обслуговування.

Тема 2. Основи промислового маркетингу.

Лекція 8. Основні категорії маркетингу.

- 8.1. Формування теорії маркетингу.
- 8.2. Концепції маркетингу.
- 8.3. Види маркетингу, їх характеристики.

- 8.4. Поняття товару. Класифікація товарів.
- 8.5. Товарна номенклатура. Товарний асортимент.

Лекція 9. Ринкові характеристики товару.

- 9.1. Узагальнена характеристика товару (ціна).
- 9.2. Методи визначення базового рівня цін.
- 9.3. Встановлення знижок-надбавок до базового рівня цін.

Лекція 10. Маркетингова діяльність підприємства.

- 10.1. Сутність та зміст маркетингової діяльності сучасного підприємства.
- 10.2. Прийняття рішень на основі маркетингових досліджень.
- 10.3. Маркетингове ціноутворення.
- 10.4. Теорія маркетингових комунікацій.

Лекція 11. Оцінювання і управління якістю продукції.

- 11.1. Поняття якості продукції, показники оцінки, їх класифікація.
- 11.2. Регламентація якості продукції.
- 11.3. Шляхи підвищення рівня якості.
- 11.4. Статистичні методи управління якістю.

Лекція 12. Операційні і виробничі ризики.

- 12.1. Поняття операційних і виробничих ризиків.
- 12.2. Атрибути операційних і виробничих ризиків.
- 12.3. Принципи управління ризиками.
- 12.4. Методи оцінки і врахування ризиків.

Лекція 13. Товарний ринок.

- 13.1. Поняття товарного ринку. Класифікація.
- 13.2. Елементи товарного ринку.
- 13.3. Ринкові механізми.
- 13.4. Споживацькі пріоритети. Підходи до охоплення ринку.
- 13.5. Позиціонування товару на ринку.

Лекція 14. Планування впровадження нової продукції на ринок.

- 14.1. Концептуальні основи управління інноваційним процесом.
- 14.2. Розроблення і впровадження нового товару на ринок.
- 14.3. Товарні марки. Марочні стратегії.
- 14.4. Брендинг товарів. Упакування та маркування товарів.

Лекція 15. Шляхи вдосконалення виробничих процесів.

- 15.1. Сутність оновлення бізнес-процесу підприємства.
- 15.2. Методи і інструменти оновлення бізнес-процесу підприємства.
- 15.3. Теорія маркетингової політики розподілу.
- 15.4. Формування підприємницького мислення.