

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



Корпоративне управління

спеціальність	075 «Маркетинг»	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	Маркетинг	факультет	Менеджменту, адміністрування та права
освітній рівень	Другий (магістерський)	кафедра	Менеджменту, бізнесу і адміністрування

ВИКЛАДАЧ

ЯЦУН Леонід Миколайович



Вища освіта – спеціальність «Технологія і організація громадського харчування» інженер-технолог»

Науковий ступень – доктор економічних наук

Вчене звання – професор

Досвід роботи – 36 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- автор дев'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України,
- брав участь в атестації наукових кадрів в якості офіційного опонента та рецензента;
- Віце-президент Асоціації працівників навчальних закладів України туристичного та готельного профілю, Академік-засновник Академії туризму України.
- Член міжвузівського об'єднання «Платформа розвитку туризму», Науково-методичної ради з питань розвитку туризму, краєзнавства та екскурсій при ОКЗ «ХОМЦТ» (м. Харків)

телефон	0662291510	електронна пошта	yatsun057@btu.kharkiv.ua	дистанційна підтримка	Moodle
---------	------------	------------------	--	-----------------------	--------

До викладання дисципліни долучені:

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	формування у майбутніх фахівців з маркетингу сучасного системного мислення та комплексу спеціальних вмінь, практичних знань і навичок у галузі організації процесу корпоративного управління.
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, реферати, тестові завдання
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none"> • здатність демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства / індивідуальні та групові завдання; • мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації / індивідуальні та групові завдання; • Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним /

	індивідуальні практичні завдання, ділова гра; <ul style="list-style-type: none"> Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера / індивідуальні та групові заняття, ділова гра; демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи / групові завдання, ділова гра.
Обсяг і форми контролю	4 кредити ECTS (120 годин): 16 годин лекцій, 16 годин практичні та семінарські заняття; модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль – залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота
Умови зарахування	вільне зарахування

ДОПОВНЮЄ СТАНДАРТ ОСВІТИ І ОСВІТНЮ ПРОГРАМУ

Компетенції	<p>Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу корпорацій та корпоративного управління.</p> <p>ЗК1. Здатність виявляти нові виклики розвитку бізнесу, ідентифікувати проблеми та приймати обґрунтовані рішення щодо їх вирішення на рівні корпорацій.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії та командної роботи в корпорації та акціонерами.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу значних обсягів інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність діяти соціально-відповідально на основі етичних та екологічних принципів.</p> <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу корпорацій та корпоративного управління.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та корпоративного управління.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу корпорацій.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі, корпорації.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу корпорацій, оцінювати результативність і ефективність корпоративного управління.</p>	Програмні результати навчання	<p>P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу корпорацій.</p> <p>P2. Вміти адаптувати і застосовувати нові знання та методи в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення завдань корпорацій.</p> <p>P3. Планувати і здійснювати дослідження у сфері маркетингу корпорацій, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних управлінських рішень в умовах невизначеності.</p> <p>P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності та корпоративного управління з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності корпорації на різних рівнях корпоративного управління, розробляти проекти у сфері маркетингу корпорацій та управляти ними.</p> <p>P10. Обґрунтовувати управлінські рішення на рівні корпорацій із застосуванням сучасних принципів, підходів, методів, прийомів корпоративного управління.</p> <p>P12. Здійснювати діагностування, стратегічне й оперативне управління маркетингом корпорацій задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p>

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Модуль 1.

Лекція 1.	Природа та необхідність корпоративного управління	СЗ 1	Природа та необхідність корпоративного управління	Самості	Еволюція становлення корпоративної форми організації бізнесу та корпоративного сектору
-----------	---	------	---	---------	--

Лекція 2.	Поняття та види корпорацій	С3 2	Поняття та види корпорацій		економіки України. Етапи становлення акціонерної форми власності в Україні. Місце корпоративного управління в системі зального менеджменту. Органи, регулюючі корпоративне управління в Україні
Лекція 3.	Керівництво і лідерство в корпоративному управлінні	С3 3	Керівництво і лідерство в корпоративному управлінні		
Лекція 4.	Моделі корпоративного управління	С3 4	Моделі корпоративного управління		
Модуль 2.					
Лекція 5.	Функції корпоративного управління, планування, організація, мотивація	С3 5	Функції корпоративного управління, планування, організація, мотивація	Самостійна робота	Розкриття інформації про діяльність корпоративного підприємства. Зовнішнє середовище корпоративного управління. Корпоративні конфлікти та трансформація корпорацій
Лекція 6.	Механізм корпоративного управління.	С3 6	Механізм корпоративного управління		
Лекція 7.	Методи корпоративного управління	С3 7	Методи корпоративного управління		
Лекція 8.	Стратегії розвитку корпорацій	С3 8	Стратегії розвитку корпорацій		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	1. Корпоративне управління : Посіб. для студ. спец. 7.050206 "Менеджмент зовнішньоекон. діяльн." усіх форм навчання / О. Є. Кузьмін, Л. І. Чернобай, А. О. Босак, О. С. Скибінський, М. В. Колісник; ред.: О. Є. Кузьмін; Нац. ун-т "Львів. політехніка"; - Л., 2004. - 172 с.	Методичне забезпечення	
	2. Kostruba A. V. Corporate governance: the main issues // EVOLUTION OF PRIVATE LAW – NEW CHALLENGES. edited by Piotr Piniór, Wojciech Wyrzykowski, Mateusz Żaba Katowice 2020. 220 p.		
	3. Kostruba, Anatoliy (14 лютого 2021). Corporate governance: the main issues (англ.). figshare. doi:10.6084/m9.figshare.14012294.v1.		
	4. Kostruba, Anatoliy (26 листопада 2020). КРИТИЧНІ АСПЕКТИ ПОБУДОВИ ЕКСТЕРНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ: ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ (англ.). doi:10.6084/m9.figshare.13291856.v1		

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (<https://cutt.ly/1HoWYh9>)

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 50	50 % від усередненої оцінки за модулі
		до 50	підсумкове тестування
Модульне оцінювання	100 бальна сумарна	до 50	відповіді на тестові питання
		до 20	усні відповіді на лабораторно-практичних заняттях
		до 30	результат засвоєння блоку самостійної роботи

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.