

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І
АРХІТЕКТУРИ

«УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ БУДІВЕЛЬНИХ
КОНСТРУКЦІЙ, ВИРОБІВ І МАТЕРІАЛІВ»

Методичні вказівки до вивчення дисципліни для студентів,
які навчаються за спеціальністю 7.06010104, 8.06010104 «Технологія
будівельних конструкцій, виробів і матеріалів»

Київ 2014

УДК 331.015
ББК 65.290-2

А

Рецензент А.А. Майстренко, к.т.н., доцент

Затверджено на засіданні кафедри технології будівельних конструкцій і виробів, протокол № від 2014 року

Видається в авторській редакції.

Амеліна Н.О.

А Управління підприємствами будівельних конструкцій, виробів і матеріалів:Методичні вказівки до вивчення курсу.-К.:КНУБА,2014.-

Розглянуто основні поняття теорії про управління промисловими підприємствами будівельної галузі. Подано принципи планування діяльності підприємств будівельної індустрії

Призначений для студентів спеціальності 7.06010104, 8.06010104 «Технологія будівельних конструкцій, виробів і матеріалів» денної та заочної форм навчання.

УДК

ББК

Н.О.Амеліна 2014

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Метою викладання дисципліни є надання основної систематизованої інформації про управління промисловими підприємствами будівельної галузі, з'ясування задач, що виникають під час організації управління підприємством та збуту продукції.

Завданням дисципліни є:

- вивчення теорії управління підприємством, практики розв'язання задач даної тематики на підприємствах будівельної промисловості;
- виконання основних положень теорії управління підприємством і збуту продукції у виробничих системах для їх ефективного функціонування.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- основи виробничого менеджменту, структуру процесу управління, прийняття управлінських рішень;
- питання організації планування і регулювання діяльності підприємства;
- основні положення маркетингу в управлінні виробничо-господарською діяльністю підприємства.

вміти:

- провести оптимальний розподіл виробів між технологічними лініями;
- оцінити стан виготовлення продукції по карті прийняття рішення.
- використовувати технічну і нормативну документацію;

Дисципліна «Управління підприємствами будівельних конструкцій, виробів і матеріалів» при підготовці спеціалістів і магістрів спеціальності «Технологія будівельних конструкцій, виробів і матеріалів», викладається протягом 9 семестру для денної і 11 семестру на заочній формі навчання.

Контроль знань студентів здійснюється під час проведення поточного, модульного та підсумкового контролів, а його рейтингова оцінка встановлюється відповідно до тимчасового положення про модульно-рейтингову організацію навчального процесу в Університеті.

Обсяг роботи студентів з вивчення дисципліни і форми контролю

Види навчальної роботи	Кількість годин для форм навчання	
	9 семестр, денна форма	11 семестр, заочна форма
Всього	90	90
Лекції	20	6
Практичні заняття	10	12
Самостійна робота (СРС)	60	72
ІРК	-	
Курсові проекти (КП)	-	-
Екзамени	1	1

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ

Лекції

Лекція 1. Система управління підприємством (4 год.)

- 1.1. Виробничо-господарська діяльність в умовах ринкової економіки .
- 1.2. Цілі і задачі виробничого менеджменту
- 1.3. Функції , методи і принципи виробничого менеджменту
- 1.4. Підприємство як соціально-економічна система

В умовах ринкової економіки управління підприємствами значно ускладнюється порівняно з централізованою командно - адміністративною системою. Це пов'язано як з розширенням їх прав та відповідальності, так і з необхідністю більш гнучкої адаптації до змін зовнішнього середовища. Виникаючі при цьому проблеми неможливо вирішити без сучасного професійного менеджменту.

Менеджмент визначається як інтеграційний процес, за допомогою якого професійно підготовлені спеціалісти формують організації і керують ними шляхом постановки цілей і розробки способів їх досягнення.

Процес менеджменту передбачає виконання функцій планування, організації, координації, мотивації, за допомогою яких менеджери створюють умови для ефективної та продуктивної праці зайнятих в організації працівників і одержання результатів, які відповідають цілям. Методи виробничого менеджменту: організаційні, адміністративні, економічні.

Менеджмент підприємства передбачає управління його різносторонньою діяльністю, яка має об'єднуючу частину – виробництво.

Контрольні запитання для самоперевірки

1. Визначте різницю у характері діяльності промислового і торгівельного підприємства; охарактеризуйте основні і додаткові функції промислового підприємства .
2. Охарактеризуйте виробництво як систему перетворення ресурсів у продукцію.
3. Охарактеризуйте підприємство як соціальну систему та її зв'язок з навколишнім середовищем.
4. Покажіть як різні фактори внутрішнього і зовнішнього середовища впливають на функціонування виробничої системи.
5. Назвіть основні функції, завдання і принципи виробничого менеджменту.

Лекція 2. Процеси управління підприємством (1 год.)

2.1. Зміст процесу управління

2.2. Декомпозиція процесу управління

В загальному вигляді *система управління виробництвом* являє собою сукупність взаємопов'язаних структурних елементів (інформації, технічних засобів її обробки, спеціалістів, відділів з управління, зв'язків і відносин між ними, відповідних функцій, методів і процесів управління), які забезпечують при їх скоординованій взаємодії реалізацію поставлених цілей.

Підприємство як виробнича система складається з двох взаємопов'язаних систем: керуючої і тієї, якою керують.

До процесу управління підприємством відносять наступні підпроцеси: формулювання цілей діяльності організації, груп чи індивідуальних осіб; прийняття рішень; планування; стратегія; побудова організаційної структури; делегування повноважень означає передачу завдань особам, які приймають на себе відповідальність за їх виконання; мотивація; комунікація – обмін інформацією; контроль – процес забезпечення організацією своїх цілей.

Структура системи управління може бути створена на основі декомпозиції системи за рядом ознак:

1. *Предмет* управління – виробництво продукції, трудові ресурси, матеріальні ресурси, фінанси; основні фонди; технічна документація; обслуговування виробництва.

2. *Об'єкт* управління – завод; цех; лінія; ділянка; робоче місце.

3. *Фаза* управління – планування, облік(контроль); регулювання.

4. *Ритм* управління – рік, квартал, місяць; декада(тиждень); доба; зміна.

Контрольні запитання для самоперевірки

1. Які основні функції керуючої і керованої підсистем
2. Які властивості притаманні ієрархічно організованним управлінським системам
3. Що входить до складу комплексного забезпечення управління
4. Охарактеризуйте процес декомпозиції системи управління.

Лекція 3. Організаційна структура управління підприємством (3 год.)

2.1. Апарат управління підприємством

2.2. Типи організаційних структур управління

2.3. Організаційна структура управління підприємством будіндустрії

Побудова структури організації включає питання вибору структури, рівня делегування і розподілу повноважень, вивчення внутрішнього

середовища організації. Функції управління на підприємстві виконує *апарат управління*, який включає лінійний і функціональний персонал.

Відокремлений самостійний орган управління створює *ланку* управління. Сукупність ланок одного рівня управління створюють *ступінь* управління.

Склад і співвідношення ступенів і ланок управління визначають організаційну структуру управління підприємством. В залежності від співвідношення лінійного і функціонального керівництва виділяють такі основні типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, лінійно-штабна, матрична.

Організаційна структура управління підприємством в залежності від його виробничої структури поділяється на *безцехову, цехову і корпусну*

Контрольні запитання для самоперевірки

1. Назвіть основні функції лінійного і функціонального персоналу апарату управління підприємством.
2. Охарактеризуйте основні типи організаційних структур управління, їх переваги і недоліки.
3. Які особливості організаційної структура управління підприємством будіндустрії.

Лекція 4. Інформаційні системи в управлінні підприємством (1,5 год.)

- 4.1. Інформаційне забезпечення системи управління підприємством.
- 4.2. Інформаційні технології і сучасні програмно - апаратні засоби систем управління.

Інформаційні ресурси – сукупність даних, які фіксують прийняті рішення за змістом, обсягам, розміщенню і формам організації інформації, що циркулює в процесах управління.

Види інформації і інформаційних ресурсів: *за змістом; за проблемно-орієнтованим напрямом; ієрархією управління; функціями управління; часовим аспектом; способу утворення; за інформаційною наповненістю.*

В загальному вигляді комунікації можуть бути класифіковані наступним чином:

- між організацією (об'єктом) і зовнішнім середовищем;
- організація (об'єкт) і вищестояща організація – вертикальні зв'язки;
- між організаціями – горизонтальні зв'язки;
- всередині організації: підрозділи і керівництво (вертикальні зв'язки) і між організаціями (горизонтальні зв'язки);
- зворотній зв'язок – відправитель і одержувач інформації міняються місцями; зворотній зв'язок має місце як в комунікаціях між організаціями так і всередині організації.

Інформаційна технологія – раціональна організація інформаційного процесу збирання, доступу, обробки, зберігання, доставки та представлення даних.

За видами інформаційних технологій розрізняють:

- технології формування інформаційних ресурсів;
- технології інформаційно-аналітичних обробки даних;
- технології електронного документообігу;
- технології доступу до інформаційних ресурсів;
- геоінформаційні технології;
- технології підтримки процесу прийняття рішення;

технології забезпечення інформаційної безпеки.

Програмні засоби можна класифікувати наступним чином:

1. Системне програмне забезпечення. Сюди відносять операційні системи, системи передачі даних, СУБД (системи управління базами даних).
2. Прикладне програмне забезпечення – засоби аналітичної обробки інформації, засоби графічного, мультимедійного і геоінформаційного відображення; засоби електронного документообігу; текстові системи.
3. Інструментальні програмні засоби.

Контрольні запитання для самоперевірки

1. За якими чинниками поділяється інформація і інформаційні ресурси.
2. Що таке інформаційна технологія
3. Охарактеризуйте основні види інформаційних технологій.
4. Назвіть сучасні програмно-апаратні засоби систем управління

Лекція 5. Соціально-психологічні аспекти управління. Прийняття управлінських рішень (2,5 год.)

- 5.1. Соціально-психологічні аспекти управління. Типи управління.
- 5.2. Концепції мотивації у виробничому колективі.

5.3. Прийняття управлінських рішень

Підприємство – *соціальна система*, яка функціонує завдяки безпосередній взаємодії людей і створених ними машин. В сучасному виробництві соціальний аспект управління грає одну з ведучих ролей.

Виробнича організація виступає сукупністю *формальних і неформальних груп*, члени яких мають *стійкі соціальні зв'язки*.

Соціально - психологічна характеристика виробничого колективу: наявність виробничих зв'язків; спільність задач; погодженість структури колективу; психологічний клімат в колективі.

Робочий процес керівника на підприємстві носить двоякий характер: з однієї сторони, виконує інтегрування функцій управління, з іншої – носить яскраво виражений суспільний характер.

Наука про управління розрізняє три основні типи керівництва: автократичний; демократичний (колегіальний); ліберальний.

Мотивація – це процес створення умов, що впливають на поведінку людини і дозволяють направити її в потрібну для організації сторону, зацікавити її в активній і сумлінній праці, старанності при виконанні необхідних задач.

Способи мотивації умовно можна розділити на дві великі групи, одну з яких складають *економічні*, а другу – *неекономічні*; останні, в свою чергу, поділяються на організаційні і моральні.

Прийняття рішень представляє собою процес, який починається з виникнення проблемної ситуації і закінчується вибором рішення – дії по усуненню проблемної ситуації. В процесі прийняття рішення формуються альтернативні варіанти рішень і оцінюються їх переваги.

Етапи процесу прийняття рішень: постановка задачі; формування варіантів рішень; вибір оптимального рішення.

Допустиме рішення – рішення, що задовольняє обмеження (ресурсні, правові, морально-етичні). *Оптимальне рішення* – допустиме рішення, що забезпечує екстремум критерія вибору або задовольняє принципу узгодження.

Типи проблем: *стандартна проблема* – повна ясність та однозначність цілей, альтернатив і витрат (розрахунок потреби в устаткуванні, матеріалах ,

робочій силі виходячи з заданої виробничої програми); *добре структурована і мало структурована* проблема.

Управлінське рішення – *соціальна дія*, яка визначає інтереси і потреби особи. Управлінське рішення має комплексний характер, що визначає його складність і вимагає від опр уміти враховувати *соціально-психологічні особливості*.

Контрольні запитання для самоперевірки

1. Охарактеризуйте зв'язок між формальною і неформальною організацією управління.
2. Охарактеризуйте робочий процес керівника.
3. Оцініть типи керівництва на підприємстві з точки зору ефективного використання.
4. Наведіть приклади проблем з різним ступенем їх структуризації,

Лекція 6. Організація планування і регулювання діяльності підприємства (6 год.)

- 6.1. Задачі, принципи і види планування діяльності підприємства
- 6.2. Стратегічне планування на підприємстві.
- 6.3. Організація поточного планування виробництва
- 6.4. Оперативно – виробниче планування
- 6.5. Особливості планування виробництва будівельних конструкцій.
- 6.6. Оперативно-календарне планування виробництва
- 6.7. Регулювання виробництва. Задачі диспетчерської служби

Планування - процес створення і прийняття рішення, які дозволяють забезпечити ефективне функціонування і розвиток підприємства в майбутньому. Це функція управління, що вміщує: аналіз ситуацій і факторів зовнішнього середовища; прогнозування; розробку плану; реалізацію плану.

Форми планування в залежності від тривалості планового періоду: перспективне (на період > 5 років); середньострокове (на період від 1 до 5 років); поточне (до року), яке вміщує піврічне, квартальне, місячне, тижневе(декадне), добове планування.

Виробнича стратегія – детальний всебічний план як засіб прогнозування майбутніх проблем і можливостей для забезпечення існування місії організації і досягнення її цілей.

Основні складові і види стратегій: товарна стратегія, стратегія ціноутворення, стратегія взаємодії підприємства з ринками виробничих

ресурсів, стратегія поведінки підприємства на ринку грошей та цінних паперів, стратегія зовнішньоекономічної діяльності, стратегія зниження виробничих витрат, стратегія інвестиційної діяльності, стратегія запобігання банкрутству підприємства.

Етапи формування стратегії підприємства: формулювання стратегії, придання стратегії конкретної форми, оцінка і контроль.

Тактичне планування виробництва охоплює часовий горизонт в один рік і більш короткі періоди. Воно здійснюється у формі розробки поточних (короткострокових і оперативних) планів, які містять тактику вирішення проблем, що стоять перед підприємством на даний плановий період.

Головна задача оперативно - виробничого планування полягає в забезпеченні узгодженої дії всіх підрозділів підприємства для досягнення рівномірної роботи, ритмічного випуску продукції у визначеному обсязі і номенклатурі при ефективному використанні ресурсів. В залежності від планово - облікових одиниць планування буває: подетальне; комплектне; за замовленнями.

Вибір системи оперативно - виробничого планування на підприємстві визначається характером продукції, обсягом виробництва, регулярністю повторення випуску, неперервністю основних процесів, спеціалізацією виробництва.

Важливою задачею є розрахунок *часу випереджень* випуску виробів і визначення оптимального запасу з врахуванням особливостей виробництва і монтажу. *Час випереджень* – це період, що визначає припустимі терміни закінчення чи початку робіт постачаючого і споживаючого потоків як гарантія безперебійного функціонування всієї системи.

Календарне планування основного виробництва спрямовується на задоволення вимог: надійного забезпечення будівельних ділянок конструкціями у відповідності з графіками монтажу; раціонального використання виробничої потужності заводу. Для забезпечення комплектності і термінів поставки виробів потрібно визначити оптимальний графік випуску шляхом раціонального розподілу груп виробів по технологічному устаткуванню (між лініями і формами) при мінімальних витратах на переналагоджування. Стабільність графіків випуску і надійність поставки виробів на монтаж базується на управлінні запасами виробів на складі заводу.

Виникаючі відхилення від календарних планів - графіків потребують коректування і оперативного регулювання ходу виробництва. Ці задачі

вирішує *диспетчерування виробництва* - централізований контроль і оперативне управління виробництвом для забезпечення ритмічної роботи, рівномірного і комплектного випуску продукції.

Контрольні запитання для самоперевірки

1. Охарактеризуйте процес стратегічного планування на підприємстві.
2. Охарактеризуйте види виробничих заділів на підприємстві
3. Опишіть основні принципи оперативно-календарного планування.
4. Покажіть як використовуються умови календарного планування виробництва продукції для будівництва.
5. Покажіть на прикладі підприємства за місцем практики завдання і принципи організації диспетчерської служби заводу
6. Покажіть як впливає на ефективність виробництва рівномірна і ритмічна робота.

Лекція 7. МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ (2 год.)

- 7.1. Маркетинговий підхід до підприємницької діяльності.
- 7.2. Організація виробничого маркетингу
- 7.3. Маркетинг на підприємствах будівельного комплексу.

Маркетинг – це процес планування та втілення задуму, просунення та реалізація ідей, товарів та послуг за допомогою обміну, що задовольняє цілі окремих осіб та організацій.

Основні *функції* маркетингу: аналіз оточуючого середовища та ринкові дослідження; розробка товару; збутова політика (програма збуту, ціна та умови продажу, реклама та стимулювання продажу, логістика, сервіс); управління маркетингом - планування, оцінка ризиків та прибутків, контроль ефективності рішень.

Види маркетингу : *конверсійний; маркетинг, що розвивається; ремаркетинг; підтримуючий маркетинг; демаркетинг ; протидіючий маркетинг; індивідуальний .*

Залежно від основних об'єктів уваги, кінцевої мети і способів її досягнення розрізняють маркетинг: *виробничий; товарний; збутовий ; ринковий.*

Маркетингове планування - це управлінський процес створення та підтримування відповідності між цілями підприємства та його потенційними можливостями у процесах ринкової діяльності.

Маркетингові дослідження - це систематичне збирання та аналіз даних, пов'язаних з наявною ситуацією щодо маркетингової діяльності підприємства чи організації.

Основні завдання маркетингових досліджень: дослідити поведінку споживачів; оцінити діяльність фірми та її конкурентів; зорієнтувати виробництво на випуск продукції, збут якої забезпечений наявними на ринку умовами і дає можливість фірмі отримати запланований прибуток; розробити та здійснити програму маркетингу.

Маркетингова політика комунікацій.—комплекс заходів, які використовує підприємство для інформування, переконання чи нагадування споживачам про свою продукцію (послуги). Засоби впливу, що використовуються в маркетинговій політиці комунікацій: стимулювання збуту – заходи по спрямуванню продукції до споживачів; реклама; пропаганда; персональний продаж.

Маркетингова цінова політика - це комплекс заходів, до якого належать визначення ціни, знижок, умов оплати за товари чи послуги з метою задоволення потреб споживачів і забезпечення прибутку фірми.

При виробництві будівельних конструкцій, виробів і матеріалів, зокрема, бетонних і залізобетонних виробів, може бути використана **виробнича концепція маркетингу**, для якої характерно отримання прибутку, головним чином, за рахунок збільшення обсягів виробництва, зниження собівартості продукції та ефективного використання наявних ресурсів.

У складі відділу маркетингу мають бути такі сектори: сектор вивчення ринку та інформації; сектор прогнозування і стратегії розвитку; сектор формування цін; сектор постачання, стимулювання збуту і реклами. Можливе також створення сектору контролю за якістю продукції (сертифікації), який заміщує ВТК, або тісно взаємодіє з ним.

Контрольні запитання для самоперевірки

1. Сформулюйте основні завдання маркетингу у виробництві будівельних виробів і матеріалів
2. Охарактеризуйте навколишнє середовище виробничого маркетингу.

3. Опишіть процес маркетингових досліджень на підприємстві.
4. Назвіть основні принципи і завдання маркетингового планування.
5. Назвіть основні організаційні схеми збуту продукції на підприємстві.
6. Які існують моделі побудови відділу маркетингу на підприємствах будіндустрії

Теми практичних занять

№	Назва та зміст роботи	Кількість годин
1	2	3
1	<p>Оптимальний розподіл виробів між технологічними лініями. (ЗМЗ)</p> <p>Визначення коефіцієнтів універсальності виробу і технологічної лінії. Вибір першочергового і наступного розподілення виробу згідно комплексного критерію переваги.</p>	2/2
2	<p>Визначення оптимальної календарної послідовності виготовлення виробів. (ЗМЗ)</p> <p>Визначення початкового налагодження обладнання. Визначення потреби у виробках за даний період. Визначення можливостей виробничих потужностей з випуску заданої номенклатури. Визначення оптимальної календарної послідовності виготовлення комплекту виробів.</p>	4/6
3	<p>Оцінка стану виготовлення продукції по карті прийняття рішення. (ЗМЗ)</p> <p>Визначення першого і наступних термінів контролю фактичного виконання завдання. Побудова карти прийняття рішень. Визначення області стану виконання процесу і прогноз розвитку ходу процесу.</p>	4/4

Примітка. В чисельнику данні для денної форми навчання, в знаменнику для заочної форми навчання.

Самостійна робота.

Самостійна робота студента є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у часі, вільним від обов'язкових навчальних занять, і є невід'ємною складовою процесу вивчення дисципліни.

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни складається з повторення пройденого матеріалу перед лекцією; підготовки до практичних за відповідною темою та до їх захисту; підготовки до усіх видів контролю, в тому числі до контрольних модульних робіт, до підсумкового модульного контролю; самостійного опрацювання окремих тем навчальної дисципліни згідно з планом (для заочної форми навчання); виконання індивідуального завдання з дисципліни.

Навчальний матеріал дисципліни, передбачений робочим навчальним планом для засвоєння студентом в процесі самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався при проведенні аудиторних навчальних занять.

Навчально-методичним забезпеченням самостійної роботи студента є:

- навчальна програма з дисципліни;
- основні поради студентам щодо вивчення дисципліни з вимогами до оцінки знань та вмінь із даної дисципліни;
- методичні рекомендації щодо виконання окремих видів самостійної роботи;
- пакет контрольних завдань, запитань для самоперевірки;
- навчальна література;
- нормативна література.

Індивідуальні завдання.

Мета виконання індивідуального завдання – це набуття студентами навичок:

- розробляти схеми виробничої і організаційної структури управління підприємством;
- оцінювати ефективність організаційної структури управління.
- використовувати технічну і нормативну документацію.

Інформаційною базою для виконання проекту є матеріали лекційного курсу, підручники, звіт з виробничої практики.

Термін виконання індивідуального завдання – 4 тижні.

Вихідними даними для завдання є:

- тип і форма підпорядкування підприємством;
- річний обсяг виробництва залізобетонних конструкцій;
- структура управління на підприємстві.

Зміст і рубрикація розрахунково-пояснювальної записки.

1. Завдання на індивідуальне завдання.

2. Загальна характеристика підприємства (назва, підпорядкування і розташування; призначення підприємства, схема виробничої структури підприємства).

3. Аналіз організаційної структури управління підприємством (схема організаційної структури управління підприємством , цехом; лінійні і функціональні зв'язки в управлінні цехом)

4. Оцінка ефективності організаційних структур управління виробництвом на підприємстві.

Методи контролю.

Педагогічний контроль здійснюється з дотриманням вимог об'єктивності, індивідуального підходу, систематичності і системності, всебічності та професійної спрямованості контролю.

Визначення рівня знань студентів з теоретичних питань навчальної дисципліни здійснюється при проведенні поточного, модульного і підсумкового контролю.

Поточний контроль передбачає контроль відвідування лекцій, практичних занять, перегляд готовності індивідуального завдання в процесі його виконання.

До захисту практичної роботи (задачі) допускаються студенти які були присутні на занятті і повністю виконали роботу. Захист роботи здійснюється через перевірку правильності виконання задачі та відповідей на запитання за темою роботи.

Модульний контроль проводять після вивчення кожного блоку змістовних модулів. Модульний контроль здійснюється через проведення модульної контрольної роботи, що включає питання з теоретичного матеріалу. До захисту індивідуального завдання допускаються студенти які виконали роботу відповідно до завдання, в повному обсязі без помилок або з виправленими помилками.

Підсумковий (семестровий) контроль Підсумковий контроль передбачає в екзамен.

Питання для підсумкового контролю

1. Поняття менеджменту. Виробничий менеджмент в системі менеджменту підприємства.
2. Функції, методи і принципи виробничого менеджменту.
3. Склад і структура виробничої системи.
4. Цілі, аспекти і властивості виробничих систем.
5. Підприємство як відкрита система.
6. Цілі і завдання управління підприємством.
7. Управління виробничою системою.
8. Функції управління на підприємстві.
9. Декомпозиція процесу управління.
10. Апарат управління підприємством.
11. Типи організаційних структур управління.
12. Основні моделі організації.
13. Соціально-психологічні особливості трудового колективу.
14. Роль керівника у формуванні виробничого колективу, вимоги до нього.
15. Концепції мотивації у виробничому колективі.
16. Інформаційне забезпечення системи управління підприємством.
17. Інформаційні технології в процесах управління і сучасні програмно-апаратні засоби систем управління.

18. Прийняття управлінських рішень. Основні поняття.
19. Класифікація проблем і задач прийняття рішення.
20. Етапи процесу прийняття рішення.
21. Задачі, принципи і форми планування.
22. Поняття виробничої стратегії, її елементи і фактори.
23. Основні складові і види стратегій.
24. Процес та правила формування економічної стратегії.
25. Стратегічне управління виробництвом.
26. Організація поточного планування виробництва.
27. Виробничо-оперативне планування на підприємстві.
28. Особливості планування виробництва будівельних конструкцій.
29. Методика формування виробничої програми підприємств будівельної індустрії.
30. Оперативно-календарне планування виробництва.
31. Диспетчерування виробництва.
32. Поняття маркетингу, його завдання, принципи і функції.
33. Розвиток маркетингу і напрями його орієнтації.
34. Навколишнє середовище виробничого маркетингу. Види маркетингу.
35. Планування виробничого маркетингу.
36. Роль і основні завдання маркетингових досліджень. Розподіл ринку.
37. Розробка і збут продукції. Цінова політика.
38. Склад і функції маркетингових служб підприємств.

Методичне забезпечення

1. Визначення оптимальної послідовності виготовлення виробів. Методичні вказівки до виконання завдання для студентів спеціальності 7.092104 „ Технологія будівельних конструкцій, виробів і

- матеріалів” Г.Я.Антоненко, А.А.Майстренко, Н.О.Амеліна, Л.М.Рижанкова. К.КНУБА, 2010-12с.
2. Оцінка стану виконання плану виготовлення продукції за допомогою карти прийняття рішень. Методичні вказівки до виконання завдання для студентів спеціальності 7.092104 „ Технологія будівельних конструкцій, виробів і матеріалів” Г.Я.Антоненко, А.А.Майстренко, Н.О.Амеліна, Л.М.Рижанкова. К.КНУБА, 2010-12с.
3. Ділова гра по управлінню виробництвом будівельних конструкцій, виробів і матеріалів. Методичні вказівки для студентів спеціальностей 7.092104 “ Технологія будівельних конструкцій, виробів і матеріалів”, та 7.092501 “Автоматизоване управління технологічними процесами”. Г.Я.Антоненко, А.А.Майстренко, Н.О.Амеліна, Л.М.Рижанкова. К.КНУБА, 2004-34с.
4. Методичні вказівки до виконання індивідуального завдання з навчальної дисципліни “Менеджмент і маркетинг у виробництві будівельних конструкцій, виробів і матеріалів” для студентів спеціальності 7.092104 “Технологія будівельних конструкцій, виробів і матеріалів” . Антоненко Г.Я., Амеліна Н.О. К,КНУБА, 2003-8с.
5. Виробничий маркетинг на підприємствах будівельної індустрії
Конспект лекцій для студентів спеціальності 7.092104 „ Технологія будівельних конструкцій, виробів і матеріалів” Антоненко Г.Я., Амеліна Н.О. К,КНУБА, 2005-44с.

Інформаційні ресурси

1. <http://library.knuba.edu.ua/>

