



Рівненський державний гуманітарний університет
Психолого-природничий факультет
Кафедра біології, здоров'я людини та фізичної терапії

Назва дисципліни	Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 год.
Вид підсумкового контролю	Екзамен
Мова викладання	українська
Викладач	Омельчук В.Л., викладач кафедри біології, здоров'я людини та фізичної терапії
CV викладача на сайті кафедри	https://kbft.rshu.edu.ua/
E-mail викладача:	Omelchuk.viktor@gmail.com
Консультації	<i>Очні консультації:</i> розклад присутності на кафедрі згідно з графіком консультацій <i>Онлайн-консультації:</i> розклад присутності викладача на спеціальному форумі (в інтернет мережах) згідно з графіком консультацій.

Мета і завдання навчальної дисципліни

Мета: формування у майбутніх спеціалістів сучасної системи поглядів і спеціальних знань з організації управління, маркетингу та адміністрування в умовах ринкової економіки в галузі фізичної терапії, забезпечення ефективної діяльності галузі.

Завдання:

вивчення основних понять, систем і принципів менеджменту, маркетингу та адміністрування; набуття практичних навичок розв'язання конкретних управлінських, маркетингових та адміністративних завдань; формування вмінь творчого пошуку резервів удосконалення управління, маркетингової діяльності та адміністрування підприємства.

В процесі опанування даної дисципліни здобувач вищої освіти набуває здатності розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, пов'язані з фізичною терапією, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, із застосуванням положень, теорій та методів медико-біологічних, соціальних, психолого-педагогічних наук, та наступних **професійних компетенцій**

- загальних:

- ЗК-01 - знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
- ЗК-02 - здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів);
- ЗК-04 – здатність працювати в команді;
- ЗК-05 - здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети;

→ ЗК-06 - Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово;

→ ЗК-08 – здатність планувати та управляти часом.

→ **спеціальних (фахових):**

- СК-11 – здатність адаптовувати свою поточну практичну діяльність до змінних умов;
- СК-14 – здатність знаходити шляхи постійного покращення якості послуг фізичної терапії та ерготерапії.

Очікувані результати навчання(ПР):

- ПР-02 - спілкуватися усно та письмово українською та іноземною мовами у професійному середовищі, володіти фаховою термінологією та професійним дискурсом, дотримуватися етики ділового спілкування; складати документи, у тому числі іноземною мовою (мовами);
- ПР-03 - використовувати сучасну комп'ютерну техніку; знаходити інформацію з різних джерел; аналізувати вітчизняні та зарубіжні джерела інформації, необхідної для виконання професійних завдань та прийняття професійних рішень;
- ПР-08 – діяти згідно з нормативно-правовими вимогами та нормами професійної етики;
- ПР-18 - оцінювати себе критично, засвоювати нову фахову інформацію, поглиблювати знання за допомогою самоосвіти, оцінювати й представляти власний досвід, аналізувати й застосовувати досвід колег.

ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ТА КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ

Ефективність засвоєння змісту дисципліни „Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії” значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо опанував матеріал таких компонентів як виробнича (клінічна) практика з фізичної терапії, ерготерапії при захворюваннях серцево-судинної системи, виробнича (клінічна) практика з фізичної терапії при захворюваннях дихальної системи.

Мотивація здобувачів вищої освіти здійснюється шляхом вирішення практичних кейсів, які демонструють необхідність вивчення дисципліни „Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії”.

Спільна (групова) діяльність забезпечується шляхом спільної роботи здобувачів вищої освіти над вирішенням ситуаційних завдань, пов'язаних із проблемними моментами управління фізичною терапією, її маркетингом та адмініструванням.

Самостійна діяльність здобувачів вищої освіти забезпечується шляхом самостійного ознайомлення ними із чинним вітчизняним та міжнародним законодавством у сфері менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії; самостійною підготовкою доповідей та презентацій, що висвітлюють проблемні моменти управління фізичною терапією, її маркетингом та адмініструванням; проведенням наукових досліджень у сфері менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії з подальшою підготовкою доповідей на наукові конференції.

Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Методологічні основи менеджменту

Тема 1. Соціальні основи менеджменту

Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності.

Основні поняття менеджменту.

Менеджери та підприємці – ключові фігури ринкової економіки.

Рівні управління, групи менеджерів.

Сфери менеджменту. Менеджмент закладів фізичної терапії та реабілітації.

Тема 2. Організації як суб'єкти управління

Поняття організації.

Загальні ознаки організацій.

Різновиди організацій. Заклади фізичної терапії та реабілітації як організації.

Внутрішнє середовище організації.
Зовнішнє середовище організації
Типи підприємств в Україні

Тема.3. Функції та технологія менеджменту

Поняття функцій менеджменту.

Класифікація і характеристика функцій менеджменту: загальні (основні) та конкретні (спеціальні) функції менеджменту і взаємозв'язок між ними.

Управлінський процес і цикл.

Управлінські процедури.

Особливості процесу управління закладами фізичної терапії та реабілітації.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Основи маркетингу

Тема 4. Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Історичні передумови виникнення маркетингу як способу ефективного управління діяльністю.

Сутність маркетингу. Сутність понять, які становлять теоретичну основу маркетингу: потреба, попит, обмін, ринок (показники, що його характеризують), комплекс складових маркетингу (послуга, ціна, комунікації).

Основні цілі та принципи маркетингу.

Види маркетингу залежно від сфери діяльності, виду послуг.

Концепції маркетингу: удосконалення послуг, інтенсифікація комерційних зусиль.

Тема 5. Середовище маркетингу

Системний підхід до організації маркетингу закладу.

Маркетинг як циклічний і безперервний процес.

Функції маркетингу: аналітичні, планово-управлінські, виробничо-збутові, контрольні.

Внутрішнє середовище закладу: концепція управління, фінансові ресурси, інформаційне забезпечення, структура апарату, корпоративна культура, цілі та комплекс маркетингу.

Зовнішнє макросередовище та мікросередовище закладу.

Елементи мікросередовища: постачальники, посередники, суміжники, клієнти (пацієнти), конкуренти, контактні аудиторії.

Фактори макросередовища: економічні, політичні, правові, соціальні, науково-технічні, екологічні, демографічні, культурні.

Тема 6. Політика послуг в системі маркетингу

Поняття послуги.

Класифікація та характеристика послуг.

Поняття номенклатури послуг та їх асортименту. Концепція життєвого циклу послуг.

Характеристика етапів життєвого циклу. Основні етапи розробки нових послуг.

Поняття якості послуг. Поняття конкурентоспроможності. Позиціонування послуг на ринку.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. Технологія адміністрування

Тема 7. Основи теорії адміністрування

Основні поняття адміністрування.

Сучасні концепції адміністрування.

Проблеми та перспективи розвитку адміністрування.

Тема 8. Адміністрування та апарат управління

Основні категорії адміністрування.

Система адміністрування та її структура.

Адміністрація як орган і суб'єкт адміністрування.

Адміністратор як ключовий елемент системи адміністрування.
Сутність і значення процесу адміністрування.
Адміністрування закладами фізичної терапії та реабілітації.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Основна

1. Керівництво організацією: навч. посіб. / О.Є.Кузьмін, Н.Т.Мала, О.Г.Мельник, І.С.Проник. – Львів: Вид-во нац. ун-ту „Львів. політехніка”, 2008. – 244 с.
2. Колот А.М. Мотивація персоналу: Підручник. – Київ: КНЕУ, 2002. – 337 с.
3. Котельніков Д.І. Управління підприємством. Словник-довідник юридичних термінів / Д.І. Котельніков. – Київ : Кондор, 2009. – 227 с.
4. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту. – Київ: Академвидав, 2003. – 416 с.
5. Маркетинг: підручник / за наук. ред. проф. А.Ф.Павленка; кер. авт. колективу. проф. І.Л.Решетнікова. – Київ: КНЕУ, 2008. – 600 с.
6. Менеджмент: теорія і практика: навч. посіб. / А.А.Мазаракі, Г.Є.Мошек, Л.А.Гомба [та ін.]. – Київ: Атіка, 2007. – 564 с.
7. Новіков Б.В. Основи адміністративного менеджменту: навч. посіб. / Б.В.Новіков, Г.Ф.Сініюк, П.В.Круш. – Київ: Центр навч. л-ри, 2004. – 560 с.
8. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – Київ: Кондор, 2003. – 556 с.
9. Хміль Ф.І. Основи менеджменту. – Київ: Академвидав, 2003.- 608 с.

Додаткова

1. Лізунов П.П., Коханович М.В., Недін В.О. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією: навчальний посібник. – К: КНУБА, 2018. – 156 с.
2. Маркетинг : підручник / за наук. ред. проф. А.Ф. Павленка; кер. авт. колективу. проф. І.Л. Решетнікова. – Київ : КНЕУ, 2008. – 600 с.
3. Стадник В.В., Йохна М.А. Менеджмент: Посібник. – К.: Академвидав, 2003. – 464 с.
4. Сущук О.А. Міжнародні інформаційні системи: Навч. посібник для студентів вузів. – Київ, 1999. – 224 с.
5. Тимошенко І.І., Прокудін Г.С. Інформаційні технології в економіці, менеджменті і бізнесі. Частина 1. Європейський Університет, 2003.
1. Тимошенко І.І., Прокудін Г.С. Інформаційні технології в економіці, менеджменті і бізнесі. Частина 2. Європейський Університет, 2003.

Посилання на сайти

- 1 Навчальні матеріали онлайн. - [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://pidruchniki.com/>.
- 2 Он-лайн бібліотека для студентів. - [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://www.twirpx.com/>.
- 3 Офіційний сайт Верховної ради України. - [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.rada.com.ua>.

Програма підтримки підприємництва „Будуй своє”. - [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://buduysvoe.com/>.

Система оцінювання

Рівень знань здобувачів вищої освіти оцінюється згідно з Положенням про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ. Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювальні форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи; оцінка (бали) за виконання практичних завдань; оцінка (бали) за практичну

діяльність; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ „ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ У ФІЗИЧНІЙ ТЕРАПІЇ”

Модуль 1 - поточне оцінювання								Су- ма
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2			Змістовий модуль 3		
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	
6	6	6	6	6	6	6	6	
Модульний контроль – 4			Модульний контроль - 4			Модульний контроль - 4		48
Іспит								12
Всього								40
Всього								100

Критерії оцінювання результатів навчання

№ з/п	Вид роботи	Кількість балів	Розрахунок	Макси-мальна сума балів
1	Перевірка готовності здобувача до практичного заняття	2,0	$2 * 8 = 16$	16
2	Виконання практичних завдань на практичних заняттях	2,0	$2 * 8 = 16$	16
3	Самостійна робота здобувачів	2,0	$2 * 8 = 16$	16
4	Модульні контрольні роботи	4,0	$4,0 * 3 = 12$	12
5	Іспит	40,0	$40,0 * 1 = 40,0$	40,0
Всього				100

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Завдання здобувачі вищої освіти мають виконувати і здавати відповідно до графіка освітнього процесу. Перескладання модулів заліків, екзаменів відбувається у терміни ліквідації академічних заборгованостей, визначених кафедрами і деканатами.

Політика щодо академічної доброчесності

Здобувач вищої освіти під час виконання самостійної або індивідуальної роботи повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.

Силабус розроблено на основі робочої програми навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії» (протокол від “24” червня 2025 року № 7).