

ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА

1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні у здобувачів вищої освіти комплексу теоретичних знань і прикладних навичок із раціональної організації та використання методів підвищення результативності виробничих систем виробничого підприємства; розвитку та вдосконаленні умінь організовувати виробничий процес на підприємстві.

Завдання навчальної дисципліни:

- засвоєння здобувачами вищої освіти теоретичних та практичних аспектів у сфері організації виробництва та методів покращення умов праці;
- набуття здобувачами вищої освіти навичок характеризувати складові та компоненти виробничого процесу та вміння аналізувати процеси, що відбуваються у виробництві;
- формування умінь самостійного виконання техніко-економічних розрахунків та обґрунтування параметрів раціональної організації виробничих систем;
- розвиток у здобувачів вищої освіти дослідницьких і організаторських здібностей в процесі підготовки ними організаційних проектів виробництва та їх реалізації.

Предмет дисципліни – пізнання та свідоме використання сучасних концепцій, методичних підходів зв'язків і відносин між елементами виробничої системи, що відображають сутність і зміст організації процесів проектування, освоєння та виготовлення продукції на підприємстві

2. Загальні, фахові компетентності, програмні результати навчання.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Фахові компетентності:

СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

Очікувані результати навчання:

P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

3. Тематичний план дисципліни.

Тема 1. Організаційні основи виробництва.
Тема 2. Виробничі системи і процеси.
Тема 3. Організація трудових процесів і робочих місць.
Тема 4. Нормування праці.
Тема 5. Організація виробничого процесу.
Тема 6. Партійний і одиничний методи організації виробництва.
Тема 7. Організація потокового і автоматизованого виробництва.
Тема 8. Організаційно-виробниче забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції.
Тема 9. Витрати на виробництво та реалізацію продукції.
Тема 10. Організаційне проектування різних виробничих систем.

4. Дисципліна викладається кафедрою менеджменту.

5. Викладацький склад: Максимчук Н.С. к. психол. н., доцент, доцент кафедри менеджменту.

6. Основна література:

1. Бахтінова А.П., Гиль О.О., Гришина Л.О. Організація виробництва: практикум: навч. посіб. Львів: Новий Світ-2000, 2008.

2. Козик В. В., Гавриляк А. С. Організація виробництва: навч. посіб. К.: Знання, 2011.

3. Мороз В. С., Тельнов А. С. Організація виробництва: навч. посіб. Львів: Новий Світ. 2011.