

Білоцерківський національний аграрний університет
Економічний факультет
Кафедра публічного управління, адміністрування
та міжнародної економіки

	<p>СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ТЕОРІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ»</p> <p>Галузь знань – D Бізнес, адміністрування та право Спеціальність – D5 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг</p>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Компонент освітньої програми:	вибірковий
Кількість кредитів ECTS / загальна кількість годин	4 кредити /120 годин
Семестр	3
Форма контролю	залік
Мова викладання	українська
<p>Профайл викладача</p> 	<p>Паска Ігор Миколайович Посада: декан економічного факультету, професор кафедри публічного управління, адміністрування та міжнародної економіки Вчене звання: професор Науковий ступінь: доктор економічних наук Робоче місце: навчальний корпус №3 (пл. Соборна, 8/1), (деканат економічного факультету). E-mail: paska.igor@btsau.edu.ua Зв'язок з викладачем: +380679724003</p>
Опис дисципліни	<p>Навчальна дисципліна «Теорія організацій» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти системного уявлення про організацію як складне соціально-економічне утворення, закономірності її функціонування, розвитку та взаємодії з внутрішнім і зовнішнім середовищем.</p> <p>Отримані знання є теоретичною основою для вивчення управлінських, економічних і поведінкових дисциплін та мають практичне значення для майбутньої професійної діяльності бакалаврів.</p>
Передумови для вивчення дисципліни	Базується на знаннях таких дисциплін як: «Економічна теорія», «Соціологія», «Історія економіки та економічної думки».
Мета вивчення дисципліни	Метою вивчення дисципліни «Теорія організації» є вивчення теоретичних засад організації з позиції формування її законів, принципів, ознак; висвітлення питання генезису організації; визначення двоїстої сутності організації як системи та як процесу; дослідження теоретичних засад організації як об'єкта управління; виявлення сутності організаційного проектування як процесу формування організаційної структури.

<p>Формат дисципліни</p>	<p>Для денної форми навчання дисципліна викладається у традиційному форматі (лекційні, практичні заняття) із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дистанційне навчання) можуть використовуватись платформи Moodle, ZOOM. Формат викладання дисципліни є змішаним: поєднання традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.</p> <p>Для заочної форми навчання дисципліна викладається у форматі поєднання самостійної роботи студента та сесійних занять. Основний обсяг матеріалу студенти опрацьовують самостійно за наданими методичними рекомендаціями, підручниками та електронними ресурсами. Під час навчальних сесій проводяться установчі лекції, практичні та консультаційні заняття, де розглядаються ключові теми курсу та виконуються завдання прикладного характеру. Для підтримки навчального процесу активно застосовуються електронні освітні платформи (Moodle, ZOOM тощо), що забезпечує можливість дистанційних консультацій, перевірки індивідуальних завдань.</p>
<p>Компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)</p>	<p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>Очікувані результати навчання</p>	<p>Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p>

Структура курсу	<p style="text-align: center;">Змістовий модуль 1. Загальна теорія організації</p> <p>Тема 1.1. Теорія організації та її місце в системі наукових знань Тема 1.2. Основні організаційні теорії та моделі Тема 1.3. Системний підхід до вивчення організації Тема 1.4. Організація як соціум Тема 1.5. Базові закони і принципи організації Тема 1.6. Основні характеристики організації</p> <p style="text-align: center;">Змістовий модуль 2. Функціонування та розвиток організації</p> <p>Тема 2.1. Проектування організаційних систем Тема 2.2. Поведінковий підхід до організації Тема 2.3. Зовнішнє й внутрішнє середовище організації Тема 2.4. Самоорганізація та самоврядування Тема 2.5. Організаційна культура Тема 2.6. Інформаційно-аналітичні технології в організації Тема 2.7. Ефективність функціонування організації: економічні та соціальні аспекти</p>
Методи навчання	<p>В процесі навчання використовуються такі методи: лекції-візуалізації, дискусії, диспути, ділові ігри, кейс-задачі, ситуаційні завдання, творчі роботи. В якості ілюстративних засобів з курсу використовуються презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint, відео, ілюстративно-роздатковий матеріал. Під час практичних заняття використовуються: робота в малих групах, мозкові атаки, презентації, метод проектної роботи, евристична бесіда.</p>
Політика	<p>Політика щодо академічної доброчесності: очікується, що письмові роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p>Політика щодо відвідування занять: очікується, що студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Відпрацювання пропущених занять згідно графіку консультацій викладача. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі.</p> <p>Політика щодо дедлайнів і перескладання: студенти мають дотримуватись термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p>Політика щодо виконання завдань: позитивно оцінюється відповідальність, старанність, креативність.</p> <p>Політика оцінювання: засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеної на платформі Е-навчання Білоцерківського НАУ (Moodle).</p>
Рекомендовані джерела інформації	<p style="text-align: center;">Основна література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Білявська Ю.В. Микитенко Н.В. Теорія організації: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 424 с. 2. Монастирський Г. Л. Теорія організації: підручник. 2-е видання, доповнене й перероблене. Тернопіль: ЗУНУ, 2020. 329 с. 3. Свидрук І.І., Миронов Ю.Б., Кундицький О.О. Теорія організації: навчальний посібник. Львів: новий світ-2000, 2021. 176 с. 4. Поліщук С.В., Горбатюк О.В. Теорія організації: навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2023. 147 с. URL: http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/7544

Додаткова література

1. Паска І., Василенко О. Трансформаційні зміни аграрних закладів вищої освіти України в період післявоєнного відновлення: матеріали I Всеукраїнської наук.-практ. конф. «Менеджмент персоналу в умовах євроінтеграції та діджиталізації: стратегічні виклики. 2024.
2. Паска І.М., Василенко О.І. Особливості бізнес-планування аграрних університетів підприємницького типу: матеріали International scientific-practical conference «Actual problems of science, education and technologies». July 25, 2023 p. Bratislava, Slovakia. 2023. P. 60-61.
3. Blomberg J. Organization Theory: Management and Leadership Analysis. 3rd ed. London : SAGE Publications, 2026. 458 p.
4. Rouleau L. Organization Theories in the Making: Exploring the Leading-Edge Perspectives. Oxford : Oxford University Press, 2022. 384 p.
5. The Oxford Handbook of Organization Theory. Ed. by H. Tsoukas, C. Knudsen. Oxford : Oxford University Press, 2022. 720 p.
6. Паска І.М., Батажок С.Г., Герасименко І.О., Хахула Б.В., Хахула Л.П. Проблеми реалізації засад інноваційного маркетингу в діяльності сільськогосподарських підприємств. Інвестиції: практика та досвід. № 22. 2024. С. 23-28. DOI: 10.32702/2306-6814.2024.22.23
7. Паска І., Батажок С., Герасименко І., Хахула Б., Маршалок М. Фінансування інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств: зарубіжний досвід та виклики для України. Економічний аналіз. 2024. Том 34. № 3. С. 342-350. <https://doi.org/10.35774/econa2024.03.342>.
8. Паска І., Батажок С., Герасименко І., Хахула Б.В., Хахула Л.П. Формування середовища функціонування споживачів інноваційної продукції сільськогосподарського виробництва. Економічний аналіз. 2024. Том 34. № 4. С. 105-112. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.04.105>

Інформаційні ресурси

1. Навчально-інформаційний портал БНАУ Moodle. URL: <https://teach.btsau.net.ua/>
2. Наукова бібліотека БНАУ. URL: <https://library.btsau.edu.ua/>
3. Інституційний репозитарій БНАУ: URL: <https://rep.btsau.edu.ua/>