



Вищий навчальний заклад
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Економіка підприємства

ОП «Маркетинг»

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ОП - 2	Економіка підприємства	Обов'язкова навчальна дисципліна професійної підготовки	перший (бакалаврський)	2	3	5	екзамен

Мова навчання: українська.

Форми здобуття освіти: очна (денна), заочна

Види навчальних занять: лекція, практичне заняття, консультація.

Методи навчання: словесний, пояснювально-демонстраційний, метод проблемного викладання, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

Оцінювання: поточне, підсумкове.

Метою викладання навчальної дисципліни є формування сучасного фахівця, здатного пізнавати й усвідомлювати закономірності розвитку ринку та поведінку підприємницьких структур на ньому, приймати самостійні рішення.

Загальні компетентності:

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам

різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Засоби діагностики успішності навчання: теоретичні питання, практичні завдання, питання для опитування під час практичних завдань, індивідуальні питання, питання для поточного контролю, тести, задачі, питання для підсумкового контролю.

Зміст курсу: Підприємство як суб'єкт господарювання. Організація управління підприємствами та їх структура. Персонал. Виробничі фонди. Оборотні кошти. Організація виробництва. Інноваційна та інвестиційна діяльність. Виробнича та соціальна інфраструктура підприємства. Планування діяльності. Виробництво, якість і конкурентоспроможність продукції. Продуктивність, мотивація та оплата праці. Витрати та ціни на продукцію. Фінансово-економічні результати та ефективність діяльності. Економічна безпека виробництва. Реструктуризація та санація підприємств. Банкрутство та ліквідація підприємств.

Методи навчання на лекціях: вербальний метод (лекція, дискусія тощо); методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

Методи навчання на практичних, семінарських заняттях: вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (рецензування, підготовка реферату, есе, доповіді тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо); практичний, пошуковий метод.

Методи оцінювання: для поточного контролю у вигляді усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових проєктів, творчих завдань, тощо; для підсумкового контролю проведення підсумкового контролю (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).

Засоби діагностики результатів навчання. Поточний контроль може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожною темою. Підсумковий контроль передбачає проведення екзамену.

Порядок оцінювання результатів навчання:

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль та самостійна робота = 60 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

Рекомендована література:

1. Бандурка О.М., Ковальов Є.В., Садиков М.А., Маковоз О.С. *Економіка підприємства: навчальний посібник*. Х.: ХНУВС. 2017. 192 с.

2. Вігуржинська С.Ю. *Економіка підприємства [Текст]: [навч. посіб.] / Вігуржинська С.Ю., Басюркіна Н.Й., Свистун Т.В.; [за ред. С.Ю. Вігуржинської].* Одеса: Гуляєва В. М. [вид.], 2018. 115 с.

3. Дмитрієв І.А. *Економіка підприємства [Текст]: навч. посіб. для практ. занять і самост. роботи студентів ВНЗ / Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю.;* Харків. нац. автомоб.-дорож. ун-т. Харків: Бровін О. В., 2018. 291 с

4. *Економіка підприємства [Текст]: навч. посіб. / [Н. М. Колпаченко та ін.].* Харків: Діса плюс, 2019. 277 с

5. *Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с.*
6. *Іванілов А. Економіка підприємства / А. Іванілов. – К.: ЦУЛ, 2019. 728 с.*
7. *Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. К.: Видавництво Ліра-К, 2017. 600 с.*

Викладач: *Неговська Юлія Миколаївна*, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування

Гарант освітньої програми:

Серкутан Тетяна Вікторівна,
кандидат економічних наук, доцент, кафедри маркетингу,
економіки, управління та адміністрування

