



Вищий навчальний заклад  
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Економіка і бізнес

ОП «МАРКЕТИНГ»

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ОЗП-2	Економіка і бізнес	Обов'язкова дисципліна загальної підготовки	перший (бакалаврський)	1	1	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:** оволодіння здобувачами знань з основних питань розвитку економіки та підприємства, впровадження інновацій, ініціювання бізнес-процесів тощо.

**Загальні компетентності (ЗК):**

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

**Спеціальні (фахові) компетентності (СК):**

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

**Програмні результати навчання (ПРН):**

ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

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.

ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

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:** Економіка підприємства. Управління підприємствами. Загальний менеджмент: функції та методи управління. Процеси прийняття рішень та управління. Маркетинг: система маркетингу на підприємстві, методи дослідження ринку, маркетингове планування. Стратегічний менеджмент: модель, стратегії, технології стратегічного планування. Управління змінами: парадигми і стратегія управління змінами, опір змін. Бізнес планування: розробка бізнес плану, джерела інвестицій. Аналіз фінансово-господарської діяльності. Бухгалтерський облік і оподаткування. Управління ресурсами. Фінансовий менеджмент. Управління виробництвом. Управлінський облік. Аналіз та оптимізація діяльності підприємства. Прогнозування діяльності підприємства. Логістика.

**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. Ватаманюк О. Бізнес-економіка. Львів: Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка, 2018. – 326 с.

2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. / І.М.Бойчик. –К.: Кондор - Видавництво, 2016. – 378 с.

3. Бланк С., Дорф Б. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію / пер. з англ. Н. Валецька. К. : Наш формат, 2019. 512 с

4. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с. <https://numl.org/RbJ>

5. Економіка і бізнес: навчальний посібник. І.А. Дмитрієв, Я.С. Левченко, І.Ю. Шевченко. Х.: ФОП Бровін О.В., 2018. 316 с. <https://vseosvita.ua/library/embed/01003qo5-5e69.doc.html>

6. Майборода О.С., Пугач С.І., Смирнов Н.І та ін. «Основи бізнесу»./ За ред. Майборода О.С., Пугач С.І., Смирнов Н.І та ін. К.: 2016–460 с.

7. Македон В.В. Бізнес-планування: навчальний посібник / Дніпропетровський ун-т економіки та права. К.: ЦУЛ, 2016. 236с.

8. Основи бізнесу: навчальний посібник / Доброва Н.В., Осипова М.М. – Одеса: Бондаренко М. О., 2018. – 305 с. [https://dut.edu.ua/uploads/l\\_1860\\_50378142.pdf](https://dut.edu.ua/uploads/l_1860_50378142.pdf)

9. *Основи підприємництва: Підручник.- під заг. ред. Н.В. Валінкевич. – Житомир : ЖДТУ, 2019. – 492 с. URL: <https://bit.ly/3tGZU5p>*

10. *Остервальдер А., Піньє І. Створюємо бізнес-модель. Новаторські ідеї для всіх і кожного / пер. з англ. Р. Корнута. К. : Наш формат, 2017. 288 с.*

11. *Філіпенко, А. С. Економічні відносини бізнесу. Історія [Текст] підручник [для студ. ек.спец. вузів].-К. : Либідь, 2016.–392 с.*

**Викладач:** *Костюк Валентин Романович*, кандидат економічних наук, доцент

**Гарант освітньої програми:**

**Серкутан Тетяна Вікторівна,**

кандидат економічних наук, доцент, кафедри маркетингу,  
економіки, управління та адміністрування

