



Вищий навчальний заклад «НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Економіка підприємства

ОП «МАРКЕТИНГ»

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

Мова навчання: українська.

Форми здобуття освіти: денна, заочна

Види навчальних занять: лекція, практичні заняття, самостійна робота здобувачів.

Методи навчання: проблемно-орієнтоване навчання, дискусії; blended learning (поєднання офлайн та онлайн інструментів, зокрема цифрових медіа).

Оцінювання: поточне, підсумкове.

Мета викладання навчальної дисципліни: Формування у здобувачів системи знань про економічні засади функціонування підприємства, ефективність використання ресурсів, управління витратами, інноваційний розвиток, інвестиційну привабливість та цифрову трансформацію бізнесу, а також набуття практичних навичок аналізу діяльності підприємства і прийняття управлінських рішень.

Загальні компетентності (ЗК):

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):

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
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: оцінювання результатів неформальної освіти (онлайн-курси) в порядку, визначеному Положенням про порядок визнання результатів навчання набутих у неформальній/інформальній освіті; підсумкове оцінювання у формі екзамену, що передбачає комплексну перевірку рівня досягнення програмних результатів навчання.

Зміст навчальної дисципліни:

Тема 1. Підприємство як суб'єкт господарювання

Сутність підприємства, його роль у ринковій економіці, види та організаційні форми.

Тема 2. Інвестиційна привабливість підприємства

Фактори формування інвестиційної привабливості на мікро- та макрорівнях, оцінка інвестиційного потенціалу.

Тема 3. Ресурсний потенціал підприємства

Економічна сутність ресурсів, особливості формування та використання людського капіталу.

Тема 4. Інновації та ефективність діяльності підприємства

Вплив інновацій на продуктивність і конкурентоспроможність підприємства.

Тема 5. Управління витратами підприємства

Сутність витрат, методи управління витратами, антикризове управління.

Тема 6. Безперервність діяльності підприємства

Антикризові підходи до забезпечення стабільності функціонування.

Тема 7. Цифрова трансформація підприємства

Використання сучасних технологій (блокчейн, цифрові системи) у діяльності підприємств.

Тема 8. Сучасні бізнес-моделі підприємств

Нові форми підприємницької діяльності (зокрема кіберспортивні клуби як бізнес).

Тема 9. Ефективність функціонування підприємства

Методи оцінювання ефективності, показники результативності діяльності.

Тема 10. Стратегічний розвиток підприємства

Інноваційний розвиток, цифровізація, адаптація до змін середовища.

Неформальна освіта (онлайн-курси та платформи)

У межах самостійної роботи здобувачам рекомендується проходження онлайн-курсів на міжнародних та національних освітніх платформах з метою формування базового розуміння економіки підприємства та розвитку професійних компетентностей у сфері управління ресурсами, аналізу господарської діяльності, фінансового планування, оцінювання ефективності підприємства, інноваційного розвитку та цифрової трансформації бізнесу. Особлива увага приділяється опануванню сучасних інструментів економічного аналізу,

прийняття управлінських рішень, а також використанню інформаційно-комунікаційних технологій у діяльності підприємства.

Рекомендовані платформи:

- Coursera (economics of enterprise, business fundamentals, financial management, managerial economics);
- edX (introduction to business, microeconomics, corporate finance, business analytics);
- FutureLearn (business fundamentals, management, economic decision-making, digital skills for business);
- Prometheus (економіка підприємства, фінансова грамотність, аналітика даних, бізнес-освіта);
- LinkedIn Learning (business analysis, financial literacy, Excel for business, management skills);
- Google Digital Garage (основи бізнесу, цифрові інструменти, аналітика, продуктивність підприємства).

Порядок зарахування результатів неформальної освіти:

Результати проходження онлайн-курсів можуть бути зараховані як складова самостійної роботи в порядку, визначеному «Положенням про порядок визнання результатів навчання набутих у неформальній/інформальній освіті» <https://nam.kyiv.ua/files/pdf/polozhennia-pro-neformalnu-ta-informalnu-osvitu.pdf>

Максимальна кількість балів – до 10 балів у межах самостійної роботи.

Методи навчання на лекціях: пояснювально-ілюстративний метод; словесні методи (пояснення, розповідь, бесіда); візуалізаційні методи (схеми, таблиці, презентації); проблемний виклад навчального матеріалу; кейс-метод із аналізом реальних прикладів; дискусійний метод, спрямований на активізацію критичного мислення та обговорення актуальних маркетингових проблем.

Методи навчання на практичних, семінарських заняттях: моделювання бізнес-ситуацій і маркетингових процесів; робота в малих групах для розвитку командної взаємодії; підготовка та представлення презентацій; аналіз практичних прикладів діяльності бізнесу з різних галузей; виконання ситуаційних і аналітичних завдань.

Методи оцінювання: поточний контроль у формі усного та письмового опитування, розв'язання ситуаційних завдань, виконання індивідуальних і групових завдань, презентацій та участі в обговореннях; підсумковий контроль здійснюється у вигляді екзамену.

Засоби діагностики результатів навчання: онлайн-тестування; письмові контрольні роботи; усні презентації студентів; оцінювання активності та якості участі в дискусіях і груповій роботі.

Порядок оцінювання результатів навчання:

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль та самостійна робота = 60 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Для денної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота - 60											Підсумковий контроль	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	Самостійна робота		
5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	10 балів	40 балів	100 балів

Для заочної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота - 60		Підсумковий контроль	Сума
Контрольна робота	Самостійна робота		
50 балів	10 балів	40 балів	100 балів

Рекомендована література:

1. Герзанич В.М., Неговська Ю.М., Деяк М.М. Вплив інновацій на ефективність використання людського капіталу// Актуальні проблеми економіки. - 2024.- № 10 (280). – с.74-84 https://eco-science.net/wp-content/uploads/2024/10/10.24._topic_Vitaliy-Herzanych-Yulia-M.-Negovska-Mukhailo-M.-Deyak-74-84.pdf
2. Гончаров Ю.В., Неговська Ю.М. Чинники формування інвестиційної привабливості економіки на макро- та мікрорівнях./Актуальні проблеми економіки. - 2021. - №2. - С. 34-40
3. Економіка підприємства [Текст] : підручник / за заг. ред. Л. Г. Лінич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2021. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Об'єм даних 14,95 Мб.
4. 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.
5. Костинець Ю.В., Неговська Ю.М. Кіберспортивні клуби як суб'єкти бізнесу// Актуальні проблеми економіки. – 2024 – № 2. - С.171-176 https://eco-science.net/wp-content/uploads/2024/02/2.24._topic_Yulia-Kostynets-Yulia-Negovska-171-176.pdf
6. Неговська Ю.М., Штулер І.Ю., Пешков О.М. Блокчейн як драйвер цифрової трансформації: кейси успішного застосування в бізнесі// Актуальні проблеми економіки. - 2024.- № 11 (281). Том 2. – с.49-57 https://eco-science.net/wp-content/uploads/2024/11/11.24-2._topic_Yuliia-Negovska-Iryna-Shtuler-Oleksandr-M.-Peshkov-49-57.pdf
7. Шарко М. В., Мешикова-Кравченко Н. В., Радкевич О. М. Економіка підприємства : навч. посіб. (стереотип. вид.). Херсон : Олді-Плюс, 2025. 436 с. ISBN 978-966-289-017-4
8. Штулер І.Ю., Неговська Ю.М. Концептуалізація ефективності управління витратами в антикризовому управлінні безперервністю діяльності підприємств ресторанного господарства./Актуальні проблеми економіки. - 2021. - №2. - С. 87-95. https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/02/2.21._topic_Shtuler-I.Yu._-Negovskaya-J.M.-87-94.pdf

Викладач: Неговська Юлія Миколаївна, кандидат економічних наук.

Гарант освітньої програми:

Баула Олексій Віталійович,

кандидат економічних наук, доцент

