



**ЖИТОМИРСЬКИЙ
АГРОТЕХНІЧНИЙ
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ**



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА <u>ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ, ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ</u>		
Галузь знань	19 Архітектура і будівництво	
Спеціальність	192 Будівництво та цивільна інженерія	
Освітньо-професійна програма	«Монтаж, обслуговування устаткування і систем газопостачання»	
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр	
Викладач	Ганузек Лілія Михайлівна	
	Посада	Викладач спеціальних економічних дисциплін
	Науковий ступінь	-----
	Вчене звання	-----
	Контактний Тел.:	(097)27-71-446
	E-mail	liganyzek@ukr.net
	Робоче місце	Ауд. 38
Статус освітнього компонента	Вибірковий компонент ОПП циклу спеціальної (фахової) підготовки, ВК 7	
Час та місце проведення	8 семестр; відповідно до розкладу	
Кількість кредитів	4 кредити, 120 год.	
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	залік	
Сторінка освітнього компонента в Інтернеті	Житомирський агротехнічний коледж -Освітній портал (zhatk.zt.ua)	

Пререквізити: знання освітніх компонентів «Вища математика», «Основи філософських знань», «Основи правознавства», «Вступ до спеціальності», «Технологія і організація БМР в газовому господарстві», «Експлуатація устаткування і систем газопостачання».

Постреквізити:

Основні положення освітнього компонента мають застосовуватися при вивченні наступних освітніх компонентів: «Нормування праці і кошторис», «Економіка і планування галузі».

Характеристика освітнього компонента:

Призначення освітнього компонента: Курс «Економічна теорія, основи підприємництва, менеджменту та маркетингу» є вибіркоvim компонентом ОПІ циклу вибіркової підготовки та відноситься до освітніх компонентів, які формують профіль майбутнього фахівця, озброюючи його основами теорії та практики управління суб'єктами господарювання в умовах ринкової економіки.

Метою курсу є формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у сфері менеджменту, маркетингу та підприємництва; розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень.

Завданням вивчення освітнього компонента: є теоретична підготовка здобувачів вищої освіти з питань сутності основних понять і категорій менеджменту, маркетингу та підприємництва; системи методів менеджменту; основ прийняття управлінських рішень; формування комунікацій та управління групами; основ планування, організації, мотивації та контролю діяльності; проведення маркетингових досліджень та розуміння основних складових комплексу маркетингу; ознайомлення з правовою базою підприємництва, видами підприємств та об'єднань підприємств, організаційно-правовими формами господарювання, видами господарської діяльності та технологією створення власної справи.

Заплановані результати навчання. У результаті вивчення освітнього компонента здобувач освіти повинен:

знати:

- основні поняття та категорії економічної теорії, менеджменту, маркетингу та підприємництва;
- розуміти сутність принципів, методів та функцій менеджменту, маркетингу та підприємницької діяльності;
- особливості проведення маркетингових досліджень.

вміти:

- виявляти чинники впливу зовнішнього та внутрішнього середовища організації;
- використовувати відповідно до ситуації технології прийняття та реалізації управлінських рішень;
- формувати ефективні комунікації в процесі управління;
- обирати та використовувати відповідно до ситуації стиль лідерства;
- використовувати інструменти комплексу маркетингу з метою забезпечення міцних зв'язків між клієнтом і суб'єктом господарювання;
- приймати обґрунтовані рішення щодо здійснення підприємницької діяльності.

План вивчення освітнього компонента

№	Назва теми	Форма вивчення та кількість годин	Завдання до самостійної роботи здобувача освіти (студента) (СРС)
1	Економічна теорія як наука	Лекція (2 год.) СРС (6 год.)	Ринок, його сутність і функції. Моделі ринку. Конкуренція і ціноутворення
2	Економічні потреби та теорія споживчої поведінки	Лекція (2 год.) СРС (4 год.)	Суспільне відтворення. Суспільний продукт і його основні форми.
3	Форми організації суспільного виробництва	Лекція (2 год.) СРС (4 год.)	Соціально-економічний устрій суспільства. Економічні системи та закони їх розвитку.
4	Власність, її сутність, форми і місце в економічній системі	Лекція (2 год.) СРС (4 год.)	Капітал: процес виробництва і нагромадження. Наймана праця і заробітна плата.
5	Сутність і еволюція грошей	Лекція (2 год.) СРС (6 год.)	Валютні курси. Конвертованість валют
6	Сутність підприємництва та його роль в економічному розвитку суспільства	Лекція (2 год.) СРС (2 год.)	Відповідальність підприємства. Суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності
7	Організаційні форми підприємництва	Лекція (2 год.) Практичне заняття (2 год.) СРС (4 год.)	Сутність фермерського господарства. Франчайзинг як особлива форма організації бізнесу.
8	Правове забезпечення розвитку підприємництва	Лекція (2 год.) СРС (4 год.)	Джерела підприємницького капіталу. Роль банків у формуванні підприємницького капіталу.
9.	Фінансове забезпечення і оподаткування малого бізнесу	Лекція (2 год.) Практичне заняття (2 год.) СРС (4 год.)	Залучення кредитних ресурсів. Форми і види лізингу.
10.	Суть і цілі маркетингу	Лекція (2 год.) СРС (2 год.)	Концепції маркетингу. Поняття етики маркетингу. Тенденції розвитку маркетингу в Україні.
11	Маркетингове середовище та маркетингова інформація	Лекція (2 год.) СРС (2 год.)	Склад маркетингового середовища. Система внутрішньої звітності. Система маркетингових досліджень.
12	Маркетингова товарна політика	Лекція (2 год.) СРС (4 год.)	Якість і конкурентоспроможність. Сервісне обслуговування клієнта. Поняття «бренд». Імідж товару. Екологічне маркування.

13	Маркетингова цінова політика	Лекція(4 год.) Практичне заняття (2 год.) СРС (4 год.)	Аналіз беззбитковості. Цінова еластичність. Цінові стратегії. Пристосування ціни. Державне регулювання ціноутворення.
14	Маркетингова політика комунікацій та стимулювання	Лекція (2 год.) СРС (2 год.)	Фактори, що впливають на вибір засобів стимулювання. Стимулювання збуту як форма комунікації. Організація пропагандистської діяльності.
15	Менеджмент як наука ефективного управління фірмою в ринкових умовах	Лекція (2 год.) СРС (4 год.)	Механізм впливу менеджменту на людину. Відмінність між поняттями менеджменту та управління.
16	Функції менеджменту	Лекція(2 год.) Практичне заняття (2 год.) СРС (4 год.)	Сучасні теорії менеджменту. Еволюція теорії і практики менеджменту.
17	Влада і лідерство в менеджменту	Лекція (2 год.) СРС (2 год.)	Планування кар'єри. Управління конфліктами, способи вирішення конфліктних ситуацій.
18	Інформація і комунікація в менеджменті	Лекція(2 год.) СРС (2 год.)	Розвиток технічної бази комунікації та забезпечення ефективних комунікацій.
19	Основи управлінських рішень	Лекція(2 год.) Практичне заняття (2 год.) СРС (4 год.)	Критерії якості управлінського рішення.

Теми практичних занять:

- Практична робота №1. Ознайомлення з засновницькими документами.
- Практична робота №2. Обчислення показників фінансового аналізу для оцінки інвестиційної привабливості фірми.
- Практична робота №3. Встановлення цін на товари і послуги.
- Практична робота №4. Планування виробничої діяльності підприємства.
- Практична робота №5. Прийняття рішень у ситуаціях невизначеності та ризику.

ЛІТЕРАТУРА

1. Афанасьєв М. В. Економіка підприємства : навч.- метод. посіб. Харків: ВД «Інжек», 2017. 320 с.
 2. Васильців Т. Г. Бізнес-планування : навч. посіб. Київ: Знання, 2013. 173 с.
 3. Батенко Л. П., Белов М. А., Євдокимова Н. М., Москалюк В. Є., Оберемчук В. Ф. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2015. 384с.
 4. Бойчик І. М. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ: Атіка, 2017. 528 с.
 5. Брустінов В. М. Планування діяльності підприємства : теорія та практика : навч. посіб. Мелітополь: ТОВ "Видавничий будинок ММД", 2018. 248с.
 6. Бутенко А. І. Підприємництво в Україні : напрямки розвитку : монографія. Одеса : Фенікс, 2017. 180 с.
 7. Варналій З. С. Мале підприємництво : основи теорії і практики : навч. посіб. Київ : Знання, 2015. 304с.
 8. Варналій З. С., Сергійко О. В., Хмелевська Л. П. Мале підприємництво України : моніторинг, інфраструктура, кадри: навч.посіб. Київ: АПрН України, 2012. 60с.
 9. Кундицький О.О. Менеджмент: навч. посіб. Львів: ЛНУ ім І. Франка, 2021. 316 с.
 10. Яцура В. В., Жук О. П. Менеджмент: навч. посібник. Львів: Вид. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. 444 с.
 11. Жук О. П., Креховець О.В. Навчально-методичні поради з вивчення дисципліни «Менеджмент» для студентів спеціальностей «Прикладна статистика», «Економічна кібернетика», «Облік і аудит». Львів: кафедра менеджменту ЛНУ імені І. Франка, 2014. 40 с.
 12. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навчальний посібник. Київ: центр учбової літератури. 2019. 612 с.
 13. Котлер Ф. Основи маркетингу. Видавничий дім «Вільямс». 2019. 496 с.
 14. Кузьмін Е. Е. Маркетинг: підручник і практикум для СПО. 2017. 124 с.
- Додаткова
15. Голубков, Є. П. Маркетинг для професіоналів: практичний курс: підручник і практикум для бакалаврату та магістратури. 2017. С. 358-390.
 16. Ільченко А.М. Вища освіта і Болонський процес: Навчально-методичний посібник. Полтава: РВВ ПДАА, 2014. 316 с.
 17. Маркетинг в галузях і сферах діяльності: підручник і практикум для акад. бакалаврату. 2017. 116 с.

Контроль знань:

Планується проведення поточного контролю під час аудиторних занять, контроль якості виконання СРС; рубіжного контролю у формі виконання контрольних модульних робіт; підсумкова атестація у формі письмового іспиту.

Поточний контроль – 20%

Захист КМР – 50%

Контроль СРС – 30%

Поточний і рубіжні контролю не менше 60%. Підсумковий контроль не менше – 30%.

Шкала оцінювання: Національна та ECTS

Сума балів за всі види Навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		Для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
66-74	D	задовільно	
60-65	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням освітнього компонента	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням освітнього компонента

Політика курсу:

- курс передбачає роботу в колективі, середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики;
- освоєння освітнього компонента передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу;
- самостійна робота передбачає вивчення окремих тем освітнього компонента, які винесені відповідно до програми на самостійне опрацювання, або ж були розглянуті стисло;
- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;

- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.
- під час вивчення курсу здобувачі вищої освіти повинні дотримуватись правил академічної доброчесності. У разі виявлення факту плагіату здобувач отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.

Засвоєння пропущеної теми лекції з поважної причини перевіряється під час складання підсумкового контролю. Пропуск лекції з неповажної причини відпрацьовується студентом (співбесіда, реферат тощо).

Пропущені практичні, лабораторні заняття незалежно від причини пропуску, студент відпрацьовує згідно з графіком консультацій. Поточні „2”, отримані студентом під час засвоєння відповідної теми на практичному чи лабораторному занятті перескладаються викладачеві, який веде заняття до складання підсумкового контролю з обов'язковою відміткою у журналі обліку роботи академічних груп.