



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ОХТИРСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
СУМСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО АГРАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Заступник директора

з навчально-виховної роботи

 Олена ГАВРИШ


30.08. 2024 року

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Основи підприємництва, маркетингу

Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Галузь знань	19 Архітектура та будівництво
Спеціальність	192 Будівництво та цивільна інженерія
Освітньо-професійна програма	Монтаж, обслуговування устаткування і систем газопостачання
Форма навчання	денна
Загальна кількість годин / кредитів ECTS	90 годин/ 3 кредита
Характеристика навчальної дисципліни	вибіркова
Форма семестрового контролю	диференційований залік
Мова викладання	українська
Інформація про викладача, контактна інформація	Когут Анна Анатоліївна, kogut_anna@ukr.net
Розміщення курсу	Папка в Moodle

Силабус розглянуто на засіданні циклової комісії економічних спеціальностей
Протокол № 1 від 30 08 2024 року

Голова циклової комісії  Анна КОГУТ

Викладач  Анна КОГУТ

1.МЕТА І ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета викладання дисципліни	навчити студентів ефективно використовувати у майбутній роботі інформацію з управління виробництвом; з'ясувати сутність, об'єктивні передумови становлення та умови функціонування підприємницької діяльності.
Завдання вивчення дисципліни	- розкрити основну мету дисципліни та визначити основні категорії підприємництва; – дати чітке уявлення про загальнотеоретичні засади підприємництва; – ознайомити із сучасним станом розвитку підприємництва та його проблемами; – сформувані у студентів цілісне бачення проблем підприємницької діяльності; – озброїти студентів навичками і вміннями, необхідними для організації власної справи; - ознайомити з порядком організації служби маркетингу на підприємстві.

2.КОМПЕТЕНЦІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Компетентності, яких набувають студенти в процесі вивчення навчальної дисципліни:

Загальні компетентності	ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 5. Здатність спілкуватись державною мовою, як усно, так і письмово. ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	СК 11. Здатність вирішувати організаційні та управлінські питання, організувати діяльність колективу, працювати в команді під час зведення об'єктів будівництва та інженерних мереж
Програмні результати навчання:	
Результати навчання	РН 3. Здійснювати організацію робіт та нагляд (управління) в контекстах професійної діяльності, у тому числі в умовах непередбачуваних змін РН 4. Взаємодіяти з колегами, керівниками та клієнтами, формувати власний внесок у роботу команди, доносити до фахівців і не фахівців інформацію, ідеї, проблеми та власний досвід у сфері будівництва та цивільної інженерії.

3.ПРЕРЕКВІЗИТИ

Передумова для вивчення дисципліни є набуття теоретичних знань та практичних навичок з дисципліни «Економіка галузі і нормування праці», «Економічна теорія»

4.ПОСТРЕКВІЗИТИ

Після набуття теоретичних знань та практичних навичок з дисципліни переходити до написання курсового проєкту, проходження переддипломної практики.

5. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назви змістових модулів, тем	Всього годин	Аудиторні				Самостійна робота
			лекції	практичні	семінарські	лабораторні	
1	2	3	4	5	6	7	8
Модуль 1							
1	Економічна суть, особливості організації і розвитку підприємництва	2	2				
2	Сутність підприємництва та його роль в економічному розвитку суспільства	4	2				2
3	Підприємець як ключова фігура ринку	4	2				2
4	Організаційні форми підприємництва	4	2				2
5	Особливості малого підприємництва в Україні	4	2				2
6	Правове забезпечення розвитку підприємництва	6	2	2			2
7	Фінансове забезпечення і оподаткування малого бізнесу	6	2	2			2
8	Підприємницький ризик і страхування	4	2				2
9	Припинення діяльності суб'єкта підприємництва	4	2				2
Модуль 2							
10	Суть і цілі маркетингу	2	2				
11	Маркетингові дослідження	8	2	2			4
12	Маркетингове середовище і маркетингова інформація	6	2				4
13	Управління торговими марками	4	2				2
14	Маркетингова товарна політика	6	2		2		2
Модуль 3							
15	Маркетингова цінова політика	8	2	2			4
16	Маркетингова збутова політика	4	2				2
17	Маркетингова логістика	4	2				2
18	Маркетингова політика комунікацій та стимулювання	6	2	2			2
19	Стратегічний маркетинг	4	2				2
	Всього	90	38	10	2		40

6. ТЕМИ ТА ПЛАН ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Модуль 1		
1	Економічна суть, особливості організації і розвитку підприємництва. 1. Поняття і роль підприємництва в умовах розвитку соціально-орієнтованої ринкової економіки. 2. Передумови виникнення підприємництва.	2
2	Сутність підприємництва та його роль в економічному розвитку суспільства.	2

	<p>1. Типи та сфери підприємницької діяльності.</p> <p>2. Суб'єкти і об'єкти підприємницької діяльності.</p> <p>3. Роль підприємництва в економіці держави.</p>	
3	<p>Підприємець як ключова фігура ринку.</p> <p>1. Мотиваційні критерії бізнесу.</p> <p>2. Особисті і суспільні якості підприємця.</p> <p>3. Плюси і мінуси заснування власної справи.</p>	2
4	<p>Організаційні форми підприємництва.</p> <p>1. Основні види підприємницької діяльності за організаційними формами.</p> <p>2. Класифікація форм підприємництва.</p> <p>3. Складні форми підприємницької діяльності</p>	2
5	<p>Особливості малого підприємництва в Україні</p> <p>1. Економічна сутність малого підприємництва</p> <p>2. Функції малого підприємництва</p> <p>3. Розвиток малого підприємництва в Україні.</p>	2
6	<p>Правове забезпечення розвитку підприємництва.</p> <p>1. Засновницькі документи та їх підготовка</p> <p>2. Статутний капітал та його формування</p> <p>3. Державна реєстрація підприємництва</p>	2
7	<p>Фінансове забезпечення і оподаткування малого бізнесу.</p> <p>1. Основні види фінансування підприємницької діяльності.</p> <p>2. Податкова система України та її функції</p> <p>3. Класифікація податків.</p>	2
8	<p>Підприємницький ризик і страхування.</p> <p>1. Сутність і зміст ризиків у підприємницької діяльності.</p> <p>2. Можливі збитки від ризиків.</p> <p>3. Попереджувальні заходи, способи нейтралізації та мінімізації негативних наслідків можливих ризиків.</p>	2
9	<p>Припинення діяльності суб'єкта підприємництва</p> <p>1. Загальні підстави припинення діяльності</p> <p>2. Реорганізація та ліквідація суб'єктів підприємництва</p>	2
МОДУЛЬ 2		
10	<p>Суть і цілі маркетингу.</p> <p>1. Сутність маркетингу.</p> <p>2. Причини розвитку маркетингу.</p> <p>3. Цілі маркетингової діяльності.</p>	2
11	<p>Маркетингові дослідження</p> <p>1. Сутність маркетингових досліджень</p> <p>2. Класифікація маркетингових досліджень</p> <p>3. Методика проведення маркетингових досліджень</p> <p>4. Процес маркетингових досліджень та його етапи</p>	2
12	<p>Маркетингове середовище і маркетингова інформація.</p> <p>1. Склад маркетингового середовища</p> <p>2. Основні фактори мікросередовища</p> <p>3. Основні фактори макросередовища</p>	2
13	<p>Управління торговими марками</p> <p>1. Сутність брендингу як елементу маркетингової діяльності.</p> <p>Види брендів та торгових марок</p>	2

	2. Упаковка та маркування товарів та їхня роль в управлінні торговою маркою	
14	Маркетингова товарна політика. 1. Товар та його характеристики 2. Споживчі властивості товару 3. Класифікація товарів	2
МОДУЛЬ 3		
15	Маркетингова цінова політика 1. Вибір мети ціноутворення. 2. Визначення еластичності ціни і попиту. 3. Оцінка витрат і аналіз цін на товари конкурентів.	2
16	Маркетингова збутова політика 1. Сутність збутової політики підприємств 2. Канали розподілу товарів. Формування дистрибуційних каналів 3. Форми організації оптової та роздрібною торгівлі	2
17	Маркетингова логістика 1. Поняття логістики, її види та функції 2. Матеріальні потоки та логістичні операції 3. Логістичні системи та їхня характеристика	2
18	Маркетингова політика комунікацій та стимулювання 1. Комплекс маркетингових комунікацій 2. Реклама, її суть і значення 3. Види реклами	2
19	Стратегічний маркетинг 1. Поняття стратегічного маркетингу 2. Процес розробки маркетингової стратегії 3. Стратегічне маркетингове планування на основі STP-комплексу	2
	Разом	38

7. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Організаційно-правові форми ведення бізнесу	2
2	Управління фінансами та сплата податків	2
3	Маркетингове дослідження	2
4	Розробка цінової стратегії	2
5	Реклама як основний елемент маркетингових комунікацій	2
	Разом	10

ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сегментування ринку, вибір цільових сегментів і позиціонування товару	2
	Разом	2

8. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Вид навчальної діяльності	Форма контролю	Кількість годин
1	Сутність підприємництва та його роль в економічному розвитку суспільства.	Ознайомитися з новим матеріалом та законспектувати	Питання включені до модульного тестування	2
2	Підприємець як ключова фігура ринку	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Питання включені до модульного тестування	2
3	Організаційні форми підприємництва.	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Усне опитування	2
4	Особливості малого підприємництва в Україні	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Питання включені до модульного тестування	2
5	Правове забезпечення розвитку підприємництва.	Опрацювати літературу	Усне опитування	2
6	Фінансове забезпечення і оподаткування малого бізнесу	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Питання включені до модульного тестування	2
7	Підприємницький ризик і страхування.	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Питання включені до модульного тестування	2
8	Припинення діяльності суб'єкта підприємництва	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Питання включені до модульного тестування	2
9	Маркетингові дослідження	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Питання включені до модульного тестування	4
10	Маркетингове середовище і маркетингова інформація	Самостійна робота з навчально-	Індивідуальне опитування	4

		методичною літературою		
11	Управління торговими марками	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Питання включені до модульного тестування	2
12	Маркетингова товарна політика.	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Питання включені до модульного тестування	2
13	Маркетингова цінова політика	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Питання включені до модульного тестування	4
14	Маркетингова збутова політика	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Питання включені до модульного тестування	2
15	Маркетингова логістика	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Питання включені до модульного тестування	2
16	Маркетингова політика комунікацій та стимулювання	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Питання включені до модульного тестування	2
17	Стратегічний маркетинг	Самостійна робота з навчально-методичною літературою	Питання включені до модульного тестування	2
	Разом			40

9.ВИДИ КОНТРОЛЮ ТА ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль реалізується у формі фронтального, індивідуального опитування під час лекційних занять, захисту практичних робіт, виступів на семінарських заняттях

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля. Оцінка за змістовий модуль визначається як середнє арифметичне оцінок за опитування, поточну роботу студента на семінарських та практичних заняттях, а також оцінки за комп'ютерне тестування.

Підсумковий контроль – диференційований залік.

10. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ СТУДЕНТІВ

Оцінювання знань студентів з дисципліни здійснюється за національною чотирибальною шкалою.

Бали	Критерії оцінювання
«Відмінно» («5»)	Здобувач освіти глибоко, ґрунтовно засвоїв програмний матеріал, досконало, логічно послідовно його викладає, розуміє сутність підприємництва та його роль в економічному розвитку. Студент активно працює протягом усього курсу і, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал. Студент показує глибоке оволодіння основами маркетингу та менеджменту. Практичні роботи виконані в повному обсязі. Доповідь на семінарське заняття логічно завершена, обґрунтована і систематизована.
«Добре» («4»)	Студент твердо засвоїв програмний матеріал, може розрізнити основні поняття, не допускає суттєвих неточностей, розуміє сутність підприємництва та його роль в економічному розвитку. У відповідях на питання, як правило, вірно застосовує теоретичні положення при рішенні практичних питань і задач, володіє необхідними навичками і прийомами їх виконання. Студент показує оволодіння основами маркетингу та менеджменту. Практичні роботи виконані в повному обсязі. Доповідь на семінарське заняття логічно завершена, обґрунтована і систематизована, але з певними неточностями.
«Задовільно» («3»)	Здобувач освіти не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом з підприємництва, основ маркетингу та менеджменту, не завжди може розрізнити поняття. Не завжди відповідає на додаткові запитання викладача з метою виявлення розуміння того чи іншого навчального матеріалу. Володіє навчальним матеріалом поверхово, фрагментарно, на рівні запам'ятовування відтворює певну частину навчального матеріалу. Практичні роботи виконані в неповному обсязі. Під час семінарського заняття дає не повні відповіді на запитання.
«Незадовільно» («2»)	Здобувач освіти в цілому не володіє навчальним матеріалом, не розрізняє основні поняття. Не може відтворити шойно почутий навчальний матеріал. Не відповідає на додаткові запитання викладача. Не може достовірно викласти опрацьований теоретичний матеріал. Практичні роботи виконані в неповному обсязі. На семінарському занятті веде себе пасивно.

11. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

БАЗОВА

1. С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко [та ін.]. – Харків : УкрДУЗТ, 2018. – Ч. 1. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності. – 241 с.,
2. Ануфрієва О. Л., Пальчевська Т. Г., Лагоцька Г. М. Підприємницька діяльність. Навчальний посібник. / За науковою ред. О. Л. Ануфрієвої/ – Івано-Франківськ, «ЛілеяНВ», – 2014. – 304 с
3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с

ДОПОМІЖНА

1. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чеботар С.І.» Основи підприємницької діяльності. Київ: « Академія» ,2000р-280с.
2. «Господарський кодекс України». Київ: « Література»,2004-361с.
3. Варналій З.С.» Основи підприємництва» .К.-« Знання-Прес»2003р.- 285с.
4. Гах Й. Етика ділового спілкування. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 160 с.
5. Долинський В.П. Особливості та розвиток підприємництва в аграрних і агропереробних підприємствах //Економіка АПК - № 2 – 2000, с. 46- 55

12.ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Господарський Кодекс України // Режим доступу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
2. Податковий Кодекс України// Режим доступу <http://sts.gov.ua/nk/>
3. Цивільний Кодекс України // Режим доступу <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
4. Митний Кодекс України // Режим доступу <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>

13. ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Відвідування дисципліни здобувачами фахової передвищої освіти є обов'язковим, без запізень (у разі неможливості відвідати заняття повідомляється викладач) . Пропущені заняття з дисципліни відпрацьовуються у визначений час. Здобувач зобов'язаний працювати з навчальною та додатковою літературою, з інформацією на електронних носіях та інформацією на платформі Moodle.

Студенти повинні дотримуватися усіх строків, визначених для виконання практичних робіт та підготовки до семінарського заняття. Студенти повинні старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

Під час занять користуватися мобільними телефонами, ноутбуками, планшетами та іншими персональними гаджетами дозволяється виключно за умови застосування їх в учбових цілях.

Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблене вивчення за рекомендованою літературою або самостійне опрацювання теми. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

Виконані практичні роботи студенти надсилають викладачу на перевірку на платформі Moodle.

Під час роботи над завданнями не припустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет-ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання.

Здобувач повинен виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність, дотримуватися корпоративної культури, етики академічних відносин та запобігати академічному плагіату.