



Основи підприємництва

(обов'язкова дисципліна циклу професійної підготовки)

Кредити та кількість годин: 3 кредити ECTS;
- очна форма: 20 год. лекційних, 20 год. практичних та 50 год. самостійна робота; залік.

Викладач (розробник) Кривицька Ольга Романівна

Підрозділ та дата затвердження Кафедра менеджменту та маркетингу № 1 від 27.08.2025

Мова навчання українська

I. Опис навчальної дисципліни

В економічному просторі України функціонує велика кількість організацій, підприємств, корпорацій, які виробляють продукцію та надають послуги. Сучасне підприємство метою господарської діяльності вважає отримання максимального прибутку від вкладених в підприємництво інтелектуальних, фінансових, трудових та матеріальних ресурсів. Вирішення проблеми виживання в ринковому середовищі ставить перед підприємствами безліч питань, успішність втілення в життя яких дає змогу суб'єктам господарювання зайняти свою ринкову нішу, достойно конкурувати й розвиватися, або переорієнтувати свої зусилля на інший сегмент ринку чи вид діяльності.

Передумови вивчення: ОК Мікроекономіка, ОК Основи педагогіки та психології

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: формування вміння студента самостійно мислити, приймати управлінські рішення, виконувати комплексні економічні розрахунки для ефективного здійснення підприємницької діяльності.

Завдання навчальної дисципліни - розвинути та набути у здобувачів освіти такі компетентності:

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

III. Результати навчання

ПРН згідно з ОПП	Результати навчання за навчальною дисципліною
ПРН-6.	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління,

	розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН-8.	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПРН-11.	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
ПРН-13.	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№ з/п	Тема дисципліни
1	Основи підприємництва та підприємства
2	Управління підприємством
3	Ринкове середовище господарювання підприємств
4	Планування діяльності підприємств
5	Капітал підприємства
6	Персонал підприємства. Продуктивність і оплата праці
7	Організація виробництва на підприємстві
8	Інвестиції та інновації на підприємстві
9	Якість продукції
10	Витрати та собівартість
11	Прибуток та рентабельність діяльності підприємства

V. Критерії оцінювання

Результати навчання	Контрольні заходи	Вимоги до виду контролю	Оцінювання
ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Зокрема: - усвідомлювати особливості функціонування підприємств у сучасних умовах господарювання та демонструвати розуміння показників, які характеризують їх діяльності; - розуміти організаційно-економічний механізм управління підприємством та оцінювати ефективність прийняття рішень з використанням обліково-аналітичної інформації;	Усне опитування, презентація домашніх завдань на практичному занятті	Перевірка понятійного апарату, систематичність та активність роботи в обговореннях та розв'язуванні задач	50 балів (10 практичних по 5 балів)
ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Зокрема:	Захист індивідуального завдання	Презентація та захист структурно-динамічного аналізу капіталу, витрат та прибутку на основі даних звіту про	30 балів

визначати пріоритетні напрями розвитку суб'єктів господарювання та обґрунтовувати їх фінансування. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Зокрема: - вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик фінансових систем, а також особливостей поведінки їх суб'єктів; - застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій розвитку підприємства та прийняття управлінських рішень.		фінансовий стан (форма 1) та звіту про фінансові результати (форма 2) підприємства, обраного студентом як об'єкт дослідження	
ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Зокрема: - визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку; - вміти працювати як самостійно, так і в команді, проявляти лідерські якості та відповідальність у роботі, дотримуватися етичних принципів, поважати індивідуальне та культурне різноманіття; - показувати навички самостійної роботи, демонструвати критичне, креативне, самокритичне мислення.	Виконання тесту в системі Moodle	Проміжний контроль у формі тесту в IC Moodle	20 балів (10 практичних по 2 бали)

VI. Рекомендована література

Основна

1. Кривицька О. Р. Економіка підприємства : [навчальний посібник – друге видання] / О. Р. Кривицька. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2022. – 300 с.
2. Основи підприємництва: Підручник / [Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.] ; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. – Житомир : ЖДТУ, 2019. – 493 с. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/287e2f85-11b8-41ba-bdec-f61bc957d09a/content>.

