



Основи підприємництва

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

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.

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 набуті 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	Інвестиції та інновації на підприємстві
8	Організація виробництва на підприємстві
9	Якість продукції
10	Витрати та собівартість
11	Прибуток та рентабельність діяльності підприємства
12	Ціни та ціноутворення на підприємстві

