



Міністерство освіти і науки України
Нововолинський електромеханічний
фаховий коледж
Циклова комісія економіки та
підприємництва
Комп'ютерно-економічне відділення

**КАТАЛОГ
ВИБІРКОВИХ ДИСЦИПЛІН
на 2024-2025 н.р.**

спеціальність 076 Підприємництво та торгівля
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітньо-професійна програма «Економіка та організація підприємницької
діяльності»

Затверджено наказом № 34 від 01.04.2024 року



КАТАЛОГ **вибіркових дисциплін**

ПЕРЕДМОВА	3
ВИБІРКОВІ ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДРУГОГО КУРСУ, 2 СЕМЕСТРУ	4
1 МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ	4
2.МАКРОЕКОНОМІКА	10
3 СТРАХУВАННЯ	16
ВИБІРКОВІ ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ТРЕТЬОГО КУРСУ, 1-ГО СЕМЕСТРУ	23
1. МІКРОЕКОНОМІКА	23
2 ПСИХОЛОГІЯ БІЗНЕСУ	30
3. МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ	35
4 КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	42
ВИБІРКОВІ ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ТРЕТЬОГО КУРСУ, 2-ГО СЕМЕСТРУ	47
1 БІЗНЕС-КУРС АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	47
2 СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА	52
3 УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ	60
4 БІЗНЕС У СОЦМЕРЕЖАХ ТА Е-МАРКЕТИНГ	68



ПЕРЕДМОВА

Навчальні дисципліни за вибором здобувача фахової передвищої освіти – це дисципліни, які вводяться навчальним закладом з метою задоволення освітніх і кваліфікаційних потреб здобувачів освіти, посилення їх конкурентоспроможності та затребуваності на ринку праці та ефективного використання можливостей коледжу, врахування потреб регіону тощо.


Вибір навчальних дисциплін здійснюється із загального каталогу вибіркових навчальних дисциплін.

Здобувачі освіти, **які навчаються на першому курсі**, мають обрати одну із запропонованих дисциплін на другий курс для 2-го семестру.

Здобувачі освіти, **які навчаються на другому курсі**, мають обрати по одній із запропонованих дисциплін на третій курс окремо для 1-го і для 2-го семестрів.

ВИБІРКОВІ ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДРУГОГО КУРСУ, 2 СЕМЕСТРУ

1 МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

	<p style="text-align: center;">СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</p> <p style="text-align: center;">МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ</p> <p>Освітньо-професійна програма: Економіка та організація підприємницької діяльності Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Галузь знань: 07 Управління та адміністрування</p>
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний /освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Вибірковий компонент
Семестр	4
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/ загальна кількість годин)	3 кредити ЄКТС/ 90 годин
Циклова комісія	Циклова комісія економіки та підприємництва
Мова викладання	Українська
Мета навчальної дисципліни	<p>Метою вивчення навчальної дисципліни є засвоєння здобувачами фахової передвищої освіти сучасних знань про сутність, напрями, технологію та методи маркетингових досліджень. Вироблення вмінь та навичок проведення маркетингових досліджень у підприємстві, торгівлі та біржовій діяльності.</p>
Предмет і завдання дисципліни	<p>Предметом вивчення навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження» є особливості організації маркетингових досліджень на підприємствах.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетингові дослідження» є:</p> <ul style="list-style-type: none">- ознайомлення з системою маркетингових досліджень;- надання знань щодо особливостей організації, напрямків та структури процесу маркетингових досліджень;- ознайомлення з методами збору даних та обробки результатів маркетингових досліджень;- особливості маркетингових досліджень конкуренції та конкурентів, поведінки споживачів, конкурентоспроможності підприємства.
Заплановані результати навчання	<p>Програмні результати навчання (РН):</p> <p>РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні та телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.</p> <p>РН 5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.</p> <p>РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійних цілей.</p> <p>РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні та теоретичні знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для</p>



	<p>подальшого використання на практиці.</p> <p>РН 8. Володіти методами та інструментарієм для підготовки проєктів управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.</p> <p>РН 10. Визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торгівельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів.</p> <p>РН 12. Уміти виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>РН 14. Визначати потреби споживачів для формування асортименту товарів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.</p> <p>РН 19. Демонструвати вміння бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та аналізу результатів діяльності підприємницьких структур.</p> <p>РН 20. Виявляти проблеми економічного характеру та спрямовувати дії на розв'язання непередбачуваних задач і проблем у сфері економіки, маркетингу, обліку, аналізу та оподаткування.</p>
Заплановані знання та вміння	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової передвищої освіти повинен володіти такими компетентностями:</p> <p>ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>СК 1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.</p> <p>СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>СК 4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торгівельній та біржовій діяльності.</p> <p>СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>СК 8. Здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.</p> <p>СФК 2. Здатність до підготовки економічної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень у сферах планування, матеріально-технічного постачання, ціноутворення, збуту</p> <p>СФК 4. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру та спрямовувати дії на розв'язання непередбачуваних задач і проблем у сфері економіки, маркетингу, обліку, аналізу та оподаткування.</p> <p>СФК 5. Здатність до підтримки належного рівня економічних знань та постійного підвищення своєї професійної підготовки.</p> <p>У результаті вивчення дисципліни здобувачі повинні знати:</p> <ul style="list-style-type: none">- теоретичні та методологічні основи, етапи методи проведення маркетингових досліджень;- методичні прийоми, види маркетингових досліджень, їх переваги та недоліки;- джерела маркетингової інформації, методи її збору, структуру маркетингових досліджень, суб'єктів.- особливості проведення польових досліджень, обробки та аналізу



	<p>зібраних первинних даних та інтерпретації отриманих результатів.</p> <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none">- аналізувати кон'юнктуру ринку підприємства;- досліджувати поведінку споживачів, конкурентів, інших суб'єктів ринку;- визначати конкурентні позиції продукції та підприємства в цілому;- розробляти прогнози збуту продукції, складати звіти за результатами досліджень.
Структура навантаження на здобувача	<p>Кількість лекційних годин – 35 год Кількість практичних занять – 12 год. Кількість семінарських занять – 4 год Кількість годин для самостійної роботи – 39 год. Форма підсумкового контролю – залік</p>
Зміст дисципліни	<p>Змістовий модуль 1. Процес та методи маркетингових досліджень</p> <p>Тема 1. Сутність та зміст маркетингових досліджень Роль маркетингових досліджень в управлінні маркетингом. Основні поняття, цілі та завдання маркетингових досліджень. Напрямки маркетингових досліджень. Форми та досвід організації маркетингових досліджень. Маркетингові інформаційні системи. Маркетингова інформація.</p> <p>Тема 2. Процес маркетингових досліджень Загальна характеристика етапів процесу маркетингових досліджень. Визначення проблеми та потреби в проведенні маркетингових досліджень. Метод логіко-сміслового моделювання проблем. Дерево рішень. Формулювання цілей та вибір методів проведення маркетингових досліджень. Етика в маркетингових дослідженнях. Розробка плану дослідження. Цілі та сутність пошукових досліджень. Проекти описових досліджень.</p> <p>Тема 3. Методи збирання та аналізу вторинних даних Інформація в маркетингових дослідженнях. Визначення типу потрібної інформації та джерел її отримання. Переваги та недоліки вторинних даних. Види та джерела отримання вторинних даних. Загальноекономічна статистична інформація. Синдикативна інформація. Методи аналізу документів.</p> <p>Тема 4. Методи збирання первинних даних Загальна характеристика методів збирання первинних даних. Особливості інтерв'ю та опитувальних методик при проведенні маркетингових досліджень. Особливості методик тестування, фокус-групового інтерв'ю та експертних оцінок. Анкетування. Спостереження і його роль при проведенні маркетингових досліджень. Експеримент і його роль при проведенні маркетингових досліджень. Спеціальні маркетингові методики досліджень: кейс-таді (casestudy), аудит торгових точок, «таємничий покупець» (mystery shopping), торгові та споживчі (щоденникові) панелі, моніторинги та омнібуси. Особливості побудови вибіркової сукупності в маркетинговому дослідженні.</p> <p>Тема 5. Розробка форм для збирання даних та вимірювання в маркетингових дослідженнях Вимірювання в маркетингових дослідженнях. Формування шкал вимірювання. Різниця у результатах вимірювання. Надійність та достовірність вимірювання маркетингової інформації. Класифікація та оцінка помилок вимірювання. Розробка показників вимірювання. Розробка анкет. Розробка вибіркового плану та визначення обсягу вибірки. Помилки збирання даних. Контроль якості даних, що</p>

	<p>збираються.</p> <p>Тема 6. Аналіз даних, отриманих в процесі маркетингових досліджень</p> <p>Перетворення даних. Редагування, кодування та табулювання даних. Оцінка різниць. Види статистичного аналізу. Регресивний аналіз. Кореляційний аналіз. Підготовка заключного звіту про проведення дослідження.</p> <p>Змістовий модуль 2. Основні напрямки маркетингових досліджень</p> <p>Тема 7. Стратегічний маркетинговий аналіз</p> <p>Поняття стратегічних зон господарювання. Стратегічні господарчі одиниці. ABC-аналіз. Портфоліо-аналіз. Призначення та сутність SWOT-аналізу в маркетингових дослідженнях. Види інформації та джерела її отримання для проведення SWOT-аналізу.</p> <p>Тема 8. Дослідження основних параметрів ринку</p> <p>Дослідження зовнішнього підприємницького середовища. Види ринкового попиту та його визначення. Поняття та визначення частки ринку. Дослідження місткості ринку. Факторні моделі прогнозування місткості ринку. Дослідження інфраструктури ринку. Програмні продукти для прогнозування попиту.</p> <p>Тема 9. Дослідження споживачів</p> <p>Основні напрямки вивчення споживачів. Вивчення відносин. Вивчення системи цінностей споживачів. Вивчення рівня задоволення запитів споживачів. Визначення впливу ступеня задоволення товаром на лояльність до його марки. Вивчення намірів споживачів. Вивчення поведінки споживачів при та після купівлі.</p> <p>Тема 10. Дослідження товару та комунікаційної ефективності</p> <p>Вивчення нового товару. Визначення факторів успіху нового товару. Вивчення цін. Фактори чутливості споживачів до ціни. Вивчення еластичності попиту до ціни. Дослідження ефективності рекламної компанії. Дослідження рекламної ефективності засобів масової інформації.</p> <p>Тема 11. Дослідження конкурентного середовища і конкурентної позиції підприємства</p> <p>Вивчення конкурентів і завоювання перевагу конкурентній боротьбі. Виявлення пріоритетних конкурентів і визначення сили їх позиції. Дослідження конкурентоспроможності продуктів та ефективності маркетингової діяльності. Програмні продукти для аналізу конкурентів.</p>
Рекомендована література	<p>Основна:</p> <ol style="list-style-type: none">Ілляшенко С.М. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. За ред. д-ра екон. наук, проф. С. М. Ілляшенка. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 192 с. https://ua1lib.org/book/3205730/21b8b3Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. https://cutt.ly/jPIVG11Решетілова Т.Б. Маркетингові дослідження: підручник: Дніпропетровськ: НГУ, 2015. 357 с. URL: https://cutt.ly/zPICZTd <p>Додаткова:</p> <ol style="list-style-type: none">Войчак А.М., Федорченко А.В. Маркетингові дослідження: Підручник. Київ: КНЕУ, 2007. 408 с. URL: http://www.twirpx.com/file/1190778/Квятко Т.М., Мандич О.В., Севідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження:

	<p>навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с. URL:http://internal.khntusg.com.ua/fulltext/PAZK/UCHEBNIKI/MARKETYN_%20DOSLID_2020_.pdf</p> <p>6. Крикавський Є.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч. посіб. Львів: Нац. Університет «Львівська політехніка» (ІВЦ «Інтелект» + ПДО), «Інтелект-захід». 2004. 288 с.</p> <p>7. Павловська Л. Д., Павловський Д. В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Житомир: Вид. О. О. Євенок, 2017. 344 с. URL: http://eprints.zu.edu.ua/33172.pdf</p> <p>8. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Дніпро: 2019. 240 с. http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8387/.pdf</p> <p>Інтернет-ресурси:</p> <p>9. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: http://www.me.gov.ua</p> <p>10. Законодавство України. URL: http://www.zakon.rada.gov.ua</p> <p>11. https://marketer.ua/ua/</p> <p>12. http://online-marketing.com.ua/</p>
Види занять, методи і форми навчання	<p>Форми організації освітнього процесу: лекції, практичні заняття, семінари, дослідницькі роботи, самостійна робота, консультації зі викладачами, участь у наукових конференціях, екскурсії, дистанційне навчання.</p> <p>Освітні технології: традиційні, інтерактивні, інформаційно-комунікативні, проектного навчання.</p>
Пререквізити	Дисципліни «Громадянська освіта», «Економічна теорія», «Економіка підприємства», «Основи статистики та аналізу даних», «Основи організації підприємницької діяльності», «Основи маркетингу».
Постреквізити	Дисципліни «Планування діяльності підприємства», «Електронна комерція», «Управління операційною діяльністю та основи логістики», «Економіка та управління інноваційною діяльністю», «Економічний аналіз». Здійснення професійної діяльності.
Критерії оцінювання	<p>Критерії оцінювання:</p> <p>Відмінно – здобувач освіти вільно і творчо володіє матеріалом, визначеним програмою, має діалектичне мислення, аргументовано, науково аналізує економічні проблеми, на достатньому рівні проводить всі розрахунки, об’єктивно оцінює ринкову ситуацію та її вплив на діяльність підприємства. Вміє використовувати різноманітні джерела знань, систематично поповнює знання, вміє застосовувати знання при вирішенні професійних питань. Уміє доводити власну думку, відстоювати свої висновки. Приймав участь у семінарах, виконав необхідні практичні і тестові завдання.</p> <p>Добре – здобувач освіти добре володіє матеріалом, але має незначні ускладнення при відповіді, потребує допомоги викладача при виборі напрямку відповіді та допускає незначні помилки, неточну аргументацію. Оцінювання подій, ситуацій, досягнень більш інтуїтивне, ніж наукове. Вміє логічно мислити, але має незначні труднощі при самостійному виконанні економічних розрахунків. Приймав участь у семінарах, виконав необхідні практичні і тестові завдання.</p> <p>Задовільно – здобувач освіти користується лише окремим знаннями дисципліни, порушує логіку відповіді, відповідь недостатньо самостійна, допускає суттєві помилки у відповідях та поясненнях питань. Мова спрощена, оцінювання ситуацій лише інтуїтивне, викладач постійно коректує відповідь студента. Студент</p>



	<p>не завжди може самостійно знайти докази і обрати правильне рішення. Допускає помилки в економічних розрахунках. Виконав необхідні практичні і тестові завдання.</p> <p>Незадовільно – здобувач освіти не володіє знаннями та практичними навичками дисципліни. Не може виконати економічні розрахунки, проаналізувати ситуацію. Не виконав необхідні практичні і тестові завдання.</p>
Політика курсу	<p>Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</p> <p>Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними завданнями та проектами не допустимо порушення академічної доброчесності.</p>

2.МАКРОЕКОНОМІКА

	СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ МАКРОЕКОНОМІКА Освітньо-професійна програма: Економіка та організація підприємницької діяльності Спеціальність: 076 Підприємництво та торгівля Галузь знань: 07 Управління та адміністрування
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний /освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Вибірковий компонент
Семестр	4
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/ загальна кількість годин)	3 кредити ЄКТС/ 90 годин
Циклова комісія	Циклова комісія економіки та підприємництва
Мова викладання	Українська
Мета навчальної дисципліни	Метою вивчення дисципліни є формування спеціальних знань і практичних навичок щодо законів функціонування національної економіки та її складових елементів.
Предмет і завдання дисципліни	<p>Предметом вивчення дисципліни є агреговані показники та явища, такі як загальний обсяг виробництва та продуктивності, рівні цін та інфляції, безробіття, баланс міжнародної торгівлі, та взаємодія між ними.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни «Макроекономіка» є: вивчення теорії макроекономічної науки, розкриття її об'єкта, предмета і методу, висвітлення основних макроекономічних показників та індикаторів макроекономічного розвитку; розгляд базових моделей рівноваги; розкриття механізму складових макроекономічної політики: фіскальної, монетарної, зовнішньоекономічної, соціальної.</p>
Заплановані результати навчання	<p>Програмні результати навчання (РН):</p> <p>РН2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності із професійною метою.</p> <p>РН5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.</p> <p>РН6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.</p> <p>РН7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання у практичній діяльності.</p> <p>РН8. Володіти методами й інструментарієм для підготовки проєктів управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.</p> <p>РН12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності</p>

	<p>підприємницьких, торговельних та біржових структур. РН20. Виявляти проблеми економічного характеру та спрямовувати дії на розв'язання непередбачуваних задач і проблем у сфері економіки, маркетингу, обліку, аналізу та оподаткування.</p>
Заплановані знання та вміння	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової передвищої освіти повинен володіти такими компетентностями: ЗК3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. СК1. Здатність враховувати основні закономірності та сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності. СК2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства. СК6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур. СФК4. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру та спрямовувати дії на розв'язання непередбачуваних задач і проблем у сфері економіки, маркетингу, обліку, аналізу та оподаткування. СФК5. Здатність до підтримки належного рівня економічних знань та постійного підвищення своєї професійної підготовки</p> <p>У результаті вивчення дисципліни здобувачі освіти повинні знати:</p> <ul style="list-style-type: none">- сутність, предмет та об'єкт макроекономіки;- макроекономічні показники та методику їх обчислення;- основні чинники, що впливають на обсяг національного доходу;- сутність споживання та інвестицій;- особливості економічного зростання;- сутність та функцій грошей;- види грошових систем;- склад сукупних видатків та економічної рівноваги;- методику розрахунку сукупного попиту і пропозиції;- особливості економічного коливання і види безробіття;- методи усунення інфляційних процесів в економіці;- сутність та відмінні ознаки монетарної і фіскальної політики;- складові елементи зовнішньої торгівлі та зовнішньоторговельної політики;- особливості функціонування відкритої економіки. <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none">- розраховувати основні макроекономічні показники;- аналізувати макроекономічні явища, які вивчаються, у їх взаємозв'язку і розвитку;- чітко, лаконічно, логічно послідовно відповідати на поставлені питання, вирішувати задачі;- самостійно користуватися джерелами інформації, приймати рішення.
Структура навантаження на здобувача освіти	<p>Кількість лекційних годин – 35 год. Кількість практичних занять – 12 год. Кількість семінарських занять – 4 год. Кількість годин для самостійної роботи – 39 год. Форма підсумкового контролю – залік.</p>



ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ЗАГАЛЬНІ ОСНОВИ МАКРОЕКОНОМІКИ. АГРЕГОВАНІ РИНКИ

Тема 1. Предмет, методи та функції макроекономіки

Становлення та розвиток макроекономічної науки. Об'єкт, предмет, завдання та функції макроекономіки. Методологія макроекономічної науки. Модель макроекономічного кругообігу ресурсів, продуктів, доходів і витрат.

Тема 2. Макроекономічні показники в системі національних рахунків Сутність, методологічні принципи та основні категорії системи національних рахунків (СНР). Валовий внутрішній продукт: економічний зміст і методи розрахунку. Основні макроекономічні показники СНР: економічний зміст і методика обчислення. Номінальний і реальний ВВП. Сутність дефлятора ВВП та індексу споживчих цін, їх порівняльна характеристика.

Тема 3. Ринок праці

Зайнятість і безробіття: сутність, види та показники. Природне безробіття: економічний зміст і методи вимірювання. Розрив ВВП в умовах циклічного безробіття. Закон Оукена: економічний зміст і тематична формалізація. Неокласична та кейнсіанська моделі ринку праці: умови функціонування та механізм урівноваження.

Тема 4. Ринок товарів і послуг

Сукупний попит: економічний зміст, графічна інтерпретація та вплив цінових і нецінових чинників. Сукупна пропозиція: економічний зміст, графічна інтерпретація у коротко- та довгостроковому періодах, вплив нецінових чинників. Модель «AD-AS» як базова модель макроекономічної рівноваги: коротко- і довгострокова рівновага

Тема 5. Ринок грошей

Пропозиція грошей: сутність, структура та графічна інтерпретація. Механізм мультиплікації грошової бази банківською системою та грошовий мультиплікатор. Процентна ставка та її роль в економіці. Номінальна та реальна процентна ставка. Рівняння та ефект Фішера. Попит на гроші: сутність, складові та графічна інтерпретація. Чинники попиту на гроші у класичній, кейнсіанській і монетаристській теоріях. Механізм функціонування грошового ринку: пропозиція, попит та урівноваження.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ

Тема 6. Інфляція

Інфляція: сутність, методи вимірювання та види. Економічні чинники та наслідки інфляції. Інфляція та безробіття. Крива Філіпса у короткостроковому та довгостроковому періодах: математична та графічна інтерпретація.

Тема 7. Приватне споживання

Особистий дохід та особистий наявний дохід: сутність, джерела формування та структура. Диференціація доходів: сутність, чинники та методи аналізу. Крива Лоренца, коефіцієнт Джині та децильний коефіцієнт. Кейнсіанська функція споживання: математична та графічна інтерпретація. Схильності до споживання та заощадження. Вплив фактору часу на споживання. Посткейнсіанські (довгострокові) функції споживання.

Тема 8. Приватні інвестиції

Інвестиції: сутність, роль та чинники попиту. Інвестиційні функції (кейнсіанська та неокласична), їх обґрунтування. Проста інвестиційна функція: математична та графічна інтерпретація. Структура заощаджень. Трансформація заощаджень в інвестиції на фінансових ринках. Роль фінансових посередників.

Тема 9. Моделі економічної рівноваги. Мультиплікативний ефект

Основні функції грошей у економіці. Структура національного ринку грошей. Мотиви попиту на гроші (транзакційний, обережності, спекулятивний). Фактори, що впливають на пропозицію грошей. Механізм взаємодії ринку грошей та ринку благ. Валютні курси та їх вплив на національний ринок грошей. Міжнародні капітальні потоки та їх вплив на економіку. Глобальні фінансові кризи та механізми їх впливу на національну економіку.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ДЕРЖАВА В СИСТЕМІ
МАКРОЕКОНОМІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ****Тема 10. Фіскальна політика в макроекономічному регулюванні**

Роль держави та моделі економічної рівноваги «витрати–випуск» і «вилучення–ін'єкції» у змішаній закритій економіці. Фіскальна політика: сутність, види та інструменти. Вплив державних закупівель і чистих податків на ВВП. Дискреційна та автоматична фіскальна політика. Ефект гальмування динаміки ВВП. Фіскальна політика з урахуванням пропозиції. Крива Лаффера. Фіскальна політика та державний бюджет. Дефіцит бюджету та державний борг

Тема 11. Монетарна політика в макроекономічному регулюванні

Монетарна політика: сутність, складові, види та інструменти. Монетарна політика у моделі AD-AS та наслідки її впливу на економіку. Модель «IS – LM»: зміст і висновки. Ефективна взаємодія фіскальної та монетарної політики в моделі «IS – LM»

Тема 12. Держава у функціонуванні відкритої економіки

Вплив зовнішньої торгівлі на ВВП: функція споживання у відкритій змішаній економіці; складний мультиплікатор витрат; чинники впливу на чистий експорт та зв'язок з валютним курсом. Платіжний баланс країни: структура, характеристика його основних розділів. Рівновага платіжного. Валютний курс: сутність, види та вплив на зовнішню торгівлю. Чинники попиту і пропозиції на валютному ринку. Етапи розвитку міжнародної валютної системи.

Тема 13. Економічне зростання

Фактори економічного зростання. Економічне зростання на основі AD-AS і кривої виробничих можливостей. Модель економічного зростання Солоу. «Золоте правило» нагромадження як критерій максимізації рівня споживання. Вплив приросту населення і технічного прогресу на економічне зростання.




Рекомендована література	Основна <ol style="list-style-type: none">1. Макроекономіка: базовий курс: навч. посіб. Малий І.Й., Радіонова І.Ф., Куценко Т.Ф., Федірко Н.В. та ін. Київ: КНЕУ, 2016. 254 с. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administratio/n/kmdu%20f%20etau/Publications/PosD196bnik_52012817_0329.pdf2. Козакова О. Макроекономіка: підручник. Херсон: Олді-плюс, 2018. 428с URL: http://surl.li/rgcin3. Кулішов В.В. Макроекономіка: основи теорії і практикум. Навчальний посібник. Львів. Магнолія плюс, 2004. 256 с. Додаткова <ol style="list-style-type: none">4. Панчишин С. Макроекономіка: Підручник. Київ. Либідь, 2001. 616 с.5. Панчишин С. Макроекономіка: Тести і задачі. Київ. Либідь, 2002. 216 с.6. Манків, Грегори Н. Макроекономіка. Пер. з англ.; Наук. ред. пер. С. Панчишина. Київ: Основи, 2000. 588 с. URL: https://new.mmf.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/m%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%96%D0%B2_makr_oekonomika.pdf Інтернет ресурси <ol style="list-style-type: none">7. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: http://www.minfin.gov.ua/.8. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі URL: http://me.gov.ua9. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України URL: http://sfs.gov.ua/
Види занять, методи і форми навчання	Форми організації освітнього процесу: лекції, практичні заняття, семінари, дослідницькі роботи, самостійна робота, консультації зі викладачами, участь у наукових конференціях, екскурсії, дистанційне навчання. Освітні технології: традиційні, інтерактивні, інформаційно-комунікативні, проектного навчання.
Пререквізити	Дисципліни «Економічна теорія», «Економіка підприємства», «Основи організації підприємницької діяльності», «Основи статистики та аналізу даних», «Економіка, організація і нормування праці»
Постреквізити	«Економіка та управління інноваційною діяльністю», «Менеджмент», «Фінансовий облік і звітність», «Управління витратами», «Планування діяльності підприємства», «Економічний аналіз», «Правове регулювання та оподаткування підприємницької діяльності», здійснення професійної діяльності
Критерії оцінювання	Критерії оцінювання: <p>Оцінка «відмінно» виставляється, якщо здобувач освіти у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно й аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією, розв'язує задачі стандартним або оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки.</p> <p>Оцінка «добре» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо</p>



	<p>повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, розв'язує задачі стандартним способом, послуговується науковою термінологією, але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.</p> <p>Оцінка «задовільно» виставляється, якщо здобувач освіти відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, записує основні формули, рівняння, закони, однак нездатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.</p> <p>Оцінка «незадовільно» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо не володіє навчальним матеріалом, однак фрагментарно, поверхово (без аргументації й обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань</p>
Політика курсу	Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними завданнями та проектами не допустимо порушення академічної доброчесності.

3 СТРАХУВАННЯ

	СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ СТРАХУВАННЯ Освітньо-професійна програма: Економіка та організація підприємницької діяльності Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Галузь знань: 07 Управління та адміністрування
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний /освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Вибірковий компонент
Семестр	4
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/ загальна кількість годин)	3 кредити ЄКТС/ 90 годин
Циклова комісія	Циклова комісія економіки та підприємництва
Мова викладання	Українська
Мета навчальної дисципліни	Метою вивчення навчальної дисципліни є оволодіння теорією і практикою страхування, набуття навиків фінансово-економічної роботи у сфері страхування.
Предмет і завдання дисципліни	<p>Предметом вивчення навчальної дисципліни є цивільно-правові відносини щодо захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб у разі настання певних подій, визначених договором страхування або чинним законодавством за рахунок грошових фондів, що формуються шляхом сплати громадянами та юридичними особами страхових платежів та доходів від розміщення коштів цих фондів.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни «Страхування» є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - з'ясування об'єктивної необхідності страхування, розкриття сутності, функцій, принципів й ролі страхування, організації та розвитку страхового ринку, державного регулювання страхової діяльності; - формування умов особистого, майнового страхування, страхування відповідальності, перестраховання; - набуття вміння аналізувати ринок страхових послуг, фінансову діяльність страховика.
Заплановані результати навчання	<p>Програмні результати навчання (РН):</p> <p>РН 5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.</p> <p>РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.</p> <p>РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для</p>



	<p>подальшого використання у практичній діяльності.</p> <p>РН 8. Володіти методами й інструментарієм для підготовки проектів управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.</p> <p>РН 12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>РН 13. Застосовувати отримані навички з основ страхування у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p>
Заплановані знання та вміння	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової передвищої освіти повинен володіти такими компетентностями:</p> <p>ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>СК 1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.</p> <p>СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>СК 7. Здатність застосовувати основи страхування у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>СФК2. Здатність до підготовки економічної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень у сферах планування, матеріально-технічного постачання, ціноутворення, збуту.</p> <p>СФК5. Здатність до підтримки належного рівня економічних знань та постійного підвищення своєї професійної підготовки.</p> <p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен:</p> <p>знати:</p> <ul style="list-style-type: none">- необхідність і форми страхового захисту в умовах ринкової економіки;- економічну природу страхування, його функції та принципи;- класифікацію страхування за історичними, економічними, юридичними ознаками;- структуру страхового ринку, державне регулювання діяльності страхових компаній;- загальний порядок здійснення страхування життя, особливості страхування майна юридичних осіб, громадян, загальної цивільної відповідальності;- основи фінансової діяльності страховика. <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none">- визначити суму страхових платежів, страхової виплати при страхуванні від нещасних випадків;- визначити групу ризику при страхуванні від нещасних випадків;- визначити страхове відшкодування при страхуванні майна юридичних осіб, сільськогосподарських підприємств та майна громадян;- розраховувати фінансові показники діяльності страхових компаній та оцінювати надійність страховика.
Структура навантаження на здобувача	<p>Кількість лекційних годин – 35 год</p> <p>Кількість практичних занять – 12 год.</p> <p>Кількість семінарських занять – 4 год</p>



	Кількість годин для самостійної роботи – 39 год. Форма підсумкового контролю – залік
Зміст дисципліни	<p style="text-align: center;">Змістовий модуль 1. Теоретичні основи, управління та регулювання страхової діяльності</p> <p>Тема 1. Сутність, принципи і класифікація страхування Необхідність і форми страхового захисту. Функції та принципи страхування. Історія розвитку страхування. Поняття класифікації, її наукове та практичне значення. Основні функції, які виконує страхування, його властивості та суспільне призначення. Принципи страхування. Основна страхова термінологія. Ознаки класифікації: історичні, економічні, юридичні. Класифікація страхування за об'єктами страхування. Галузі страхування: особисте, майнове, страхування відповідальності. Види страхування. Класифікація страхування за формами проведення: обов'язкове і добровільне страхування. Класифікація страхування згідно директив ЄС.</p> <p>Тема 2. Страхові ризики та їх оцінка Поняття ризику в страхуванні. Сутність страхових ризиків, їх основні характеристики. Види страхових ризиків. Оцінка ризику та критерії визначення ціни страхування. Методи управління ризиком. Зміст ризик-менеджменту у страхуванні. Страхування і перестрахування ризиків як різновид оплаченого трансфера ризику іншій особі. Поняття, зміст і призначення актуарних розрахунків у страхуванні. Джерела інформації для виконання актуарних розрахунків. Визначення поняття страхового тарифу, його структури й порядку розрахунку.</p> <p>Тема 3. Страховий ринок Поняття та сутність страхового ринку як сукупності економічних відносин між його учасниками з приводу купівлі-продажу страхових послуг, принципи його функціонування. Учасники страхового ринку. Суб'єкти страхового ринку. Сучасний стан страхового ринку України. Концепція подальшого розвитку страхового ринку України. Страхові посередники в системі реалізації страхових послуг. Страхові агенти. Страхові брокери. Перестрахові брокери. Страхові договори, права і обов'язки суб'єктів страхового забезпечення, порядок їх підготовки та укладання. Вирішення спорів і припинення дії договору страхування. Сутність і завдання маркетингу в страхуванні. Завдання служб маркетингу. Реклама страхових послуг. Функції реклами у маркетинговому страховому середовищі. Зміст та основні умови договору страхування.</p> <p>Тема 4. Страхова організація Страхові компанії: види та значення. Організаційні форми страховиків. Організаційна структура та управління страховими компаніями. Зміст основних принципів управління страховою компанією. Класифікація страховиків. Критерії класифікації: за належністю за інституціональною ознакою, за територією обслуговування, за розміром (величиною) статутного капіталу та обсягом надходження страхових платежів. Кептивна страхова компанія. Мета та необхідність створення об'єднань страховиків. Функції об'єднань страховиків. Ліга страхових організацій України. Моторне</p>

(транспортне)страхове бюро України. Страхові пули.

Тема 5. Державне регулювання страхової діяльності

Необхідність, зміст і значення державного регулювання страхової діяльності. Система методів державного регулювання. Пряма участь держави. Правові підстави державного регулювання страхової діяльності в Україні та їх наближення до міжнародних стандартів. Органи нагляду за страховою діяльністю та їх функції, завдання. Права органу нагляду за страховою діяльністю. Напрямки страхового нагляду та взаємовідносини страховика і держави. Ліцензування страхової діяльності. Необхідні умови та документи для отримання ліцензії на здійснення страхової діяльності.

Ліквідація, реорганізація, санація страховика. Вдосконалення державної політики в галузі страхування.

Змістовий модуль 2. Галузі страхування та фінансова надійність страховика

Тема 6. Особисте страхування

Страхування життя, його зміст і основні види: змішане страхування, страхування дітей, страхування до вступу в шлюб. Обов'язкове особисте страхування життя від нещасних випадків, його зміст і види: індивідуальне і колективне; державне обов'язкове і обов'язкове особисте. Обов'язкове особисте страхування від нещасних випадків на транспорті. Особливості укладання страхового договору за страхування громадян від нещасних випадків Медичне страхування, його призначення і види: обов'язкове і добровільне. Об'єкти обов'язкового та добровільного медичного страхування. Види і зміст договорів добровільного медичного страхування.

Тема 7. Майнове страхування

Страхування майна на випадок його втрати від вогню, стихійного лиха та крадіжки. Типи страхових договорів. Страхова оцінка. Страхова сума. Порядок укладання і припинення дії договору страхування. Пільги для страхувальників. Zobov'язання сторін. Страховий тариф. Страхова премія. Збиток і страхове відшкодування. Особливості страхування майна сільськогосподарських підприємств. Страхування майна громадян: будівель, тварин та домашнього майна. Оцінка об'єктів страхування, договори страхування, відшкодування витрат страхувальникові.

Тема 8. Страхування відповідальності

Загальне поняття про страхування відповідальності. Порядок здійснення страхування видів відповідальності:

- цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів в Україні; моторне транспортне бюро України та його функції; міжнародна система "Зелена картка";
- відповідальності боржника за неповернення кредиту і страхування банківських депозитів;
- екологічне страхування;
- страхування відповідальності товаровиробників за якість продукції;
- страхування відповідальності роботодавців за збиток, спричинений здоров'ю їх працівників.

Страхування виробничих ризиків. Страхування від перерв у виробництві. Страхування депозитних і кредитних ризиків.

Тема 9. Перестрахування і співстрахування

Сутність і роль перестраховання. Методи перестраховання: факультативний, облігаторний, факультативно-облігаторний. Форми проведення перестраховальних операцій. Особливості перестраховання ризиків у нерезидентів. Співстраховання та механізм його дії.

Тема 10. Фінансова діяльність страхової компанії

Особливості та принципи фінансово-економічної діяльності страховика. Склад та економічний зміст доходів страховика. Доходи від страхової діяльності.

Зароблені страхові премії як основне джерело доходів страховика. Доходи від перестраховальних операцій. Склад доходів страховика. Доходи від страхової діяльності. Страхова премія, порядок її визначення. Доходи від інвестування тимчасово вільних коштів.

Склад та економічний зміст витрат страховика. Собівартість страхової послуги. Витрати на здійснення страхових операцій. Виплати страхового відшкодування і страхових сум.

Відрахування в запасні фонди або резерви внесків. Витрати на превентивні заходи. Витрати на ведення страхової справи. Інші витрати страховика.

Оподаткування страховиків згідно норм Податкового кодексу України.

Тема 11. Фінансова надійність страхової компанії

Поняття фінансової надійності страховика та її значення. Формування збалансованого страхового портфеля.

Фінансові методи забезпечення надійності страхових компаній. Поняття про платоспроможність страховика, умови її забезпечення. Власні кошти страховика. Статутний і гарантійний фонди страховика. Страхові резерви, їх види. Технічні резерви, їх склад та порядок формування.

Призначення і використання фондів в страхуванні, їх роль у забезпеченні фінансової надійності страховика. Запасні, резервні та інші фонди страхової організації.

Обов'язкові критерії і нормативи достатності капіталу та прибутковості, якості активів та ризиковості операцій страховика. Система управління ризиками страховика.

Оцінка фінансового стану страховика. Система показників оцінки діяльності страхової компанії.

Рекомендована література

Основна:

1. Вовчак О. Д. Страхування. Львів: «Новий світ-2000», 2004. 480с.
2. Страхування: Підручник / Керівник авт. колективу і наук. ред. С.С.Осадець. Вид. 2-ге, перероб. і доп. Київ: КНЕУ, 2002. 599 с.

Додаткова:

3. Безугла В. О., Постіл І. І., Шаповал Л. П. Страхування: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 582 с. URL: <https://ua1lib.org/book/3122891/b1e90b>

4. Дьячкова Ю.М. Страхування. Навчальний посібник. Київ.: Центр учбової літератури, 2008. 240 с. URL: <https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/12/D-iachkova-YU.M.-Strakhuvannia.pdf>

5. Журавка О. С. Страхування : навчальний посібник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 350 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/76863/1/Zhuravka_strakhuvannia.pdf;jsessionid=2891BCAB7133CF4A27513E1B6B02EBF



	<p><u>0</u></p> <p>6. Страхування: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. Київ: Знання, 2008. 1019 с.</p> <p>7. Ткаченко Н. В. Страхування. Навчальний посібник. Київ.: ЛіраК, 2007. 376 с. URL: http://base.dnsgb.com.ua/files/book/strahuvannya.pdf</p> <p>Інтернет ресурси:</p> <p>1. Законодавство України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/</p>
Види занять, методи і форми навчання	<p>Форми організації освітнього процесу: лекції, практичні заняття, семінари, дослідницькі роботи, самостійна робота, консультації зі викладачами, участь у наукових конференціях, екскурсії, дистанційне навчання.</p> <p>Освітні технології: традиційні, інтерактивні, інформаційно-комунікативні, проектного навчання.</p>
Пререквізити	<p>Дисципліни «Громадянська освіта», «Економічна теорія», «Економіка підприємства», «Основи організації підприємницької діяльності», «Основи маркетингу».</p>
Постреквізити	<p>Дисципліни «Менеджмент», «Правове регулювання та оподаткування підприємницької діяльності».</p> <p>Здійснення професійної діяльності.</p>
Критерії оцінювання	<p>Критерії оцінювання:</p> <p>Оцінка «відмінно» виставляється, якщо здобувач освіти у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно й аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та ситуаційних (практичних) завдань, вільно послуговується науковою термінологією, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки.</p> <p>Оцінка «добре» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та ситуаційних (практичних) завдань, послуговується науковою термінологією, але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.</p> <p>Оцінка «задовільно» виставляється, якщо здобувач освіти відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, однак нездатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.</p> <p>Оцінка «незадовільно» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо не володіє навчальним матеріалом, однак фрагментарно, поверхово (без аргументації й обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань і ситуаційних (практичних) завдань.</p>
Політика курсу	<p>Курс передбачає індивідуальну та групову роботу.</p> <p>Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</p> <p>Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача.</p> <p>Під час роботи над індивідуальними завданнями та проектами не допустимо порушення академічної доброчесності.</p>



ВИБІРКОВІ ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ТРЕТЬОГО КУРСУ, 1-ГО СЕМЕСТРУ

1. МІКРОЕКОНОМІКА

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
МІКРОЕКОНОМІКА	
	<p>Освітньо-професійна програма: Економіка та організація підприємницької діяльності Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Галузь знань: 07 Управління та адміністрування</p>
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний /освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Вибірковий компонент
Семестр	5
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/ загальна кількість годин)	4 кредити ЄКТС/ 120 годин
Циклова комісія	Циклова комісія економіки та підприємництва
Мова викладання	Українська
Мета навчальної дисципліни	Метою вивчення навчальної дисципліни «Мікроекономіка» є формування знань та практичних навиків з питань механізму функціонування економічних суб'єктів і вибору ними раціональних рішень, що дозволяють досягти максимального результату за мінімальних витрат обмежених ресурсів
Предмет і завдання дисципліни	Предметом вивчення навчальної дисципліни «Мікроекономіка» є процеси економічного вибору, що здійснюють суб'єкти господарювання для досягнення своїх цілей в умовах обмежених ресурсів та альтернативних можливостей їх використання Основними завданнями вивчення дисципліни «Мікроекономіка» є: - засвоєння основних закономірностей та методологічних принципів поведінки економічних суб'єктів у ринкових умовах на мікрорівні; - оволодіння універсальним інструментарієм для самостійного аналізу та обґрунтування ухвалення оптимальних господарських рішень за умов обмеженості засобів і наявності альтернативних можливостей
Заплановані результати навчання	Програмні результати навчання (РН): РН 5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності. РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети. РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для



	<p>подальшого використання у практичній діяльності.</p> <p>РН 8. Володіти методами й інструментарієм для підготовки проєктів управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.</p> <p>РН 12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p>
Заплановані знання та вміння	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової передвищої освіти повинен володіти такими компетентностями:</p> <p>ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>СК 1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.</p> <p>СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>СФК 2. Здатність до підготовки економічної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень у сферах планування, матеріально-технічного постачання, ціноутворення, збуту.</p> <p>СФК 5. Здатність до підтримки належного рівня економічних знань та постійного підвищення своєї професійної підготовки.</p> <p>У результаті вивчення дисципліни здобувачі повинні знати:</p> <ul style="list-style-type: none">- специфіку поведінки індивідуального споживача;- основи формування й механізми ринкових процесів на мікрорівні;- методи й принципи мікроекономічного аналізу;- концепції, механізми й шляхи раціоналізації споживчого поведіння й попиту;- теорію виробництва й пропозиції матеріальних благ, способи оптимізації витрат і прибутку;- сутність та основні види витрат підприємства та прибутку;- характер зміни витрат підприємства у короткостроковому та довгостроковому періодах;- умови максимізації прибутку фірми у короткостроковому та довгостроковому періодах в умовах динамічності ринкової кон'юнктури на різних типах ринків;- особливості ціноутворення на риках факторів виробництва в умовах досконалої та недосконалої конкуренції;- особливості формування загальної економічної рівноваги. <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none">- застосовувати метод альтернативних витрат для оцінки раціональності економічного вибору;- оцінювати причини й фактори мінливості способу й пропозиції;- використати моделі споживчого вибору для знаходження станів рівноваги споживача;- визначити специфіку ефектів індивідуального попиту і їхнього впливу на стан споживчих ринків;- знаходити максимум прибутку різними способами для умов короткострокового й довгострокового періодів;- визначити специфіку ціноутворення й виробництва в умовах



	<p>досконалої конкуренції, монополії, монополістичній конкуренції, олігополії;</p> <p>- оцінювати ефективність ринкових структур;</p> <p>- використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p>
Структура навантаження на здобувача	<p>Кількість лекційних годин – 40 год</p> <p>Кількість практичних занять – 20 год.</p> <p>Кількість семінарських занять – 4 год</p> <p>Кількість годин для самостійної роботи – 56 год.</p> <p>Форма підсумкового контролю – залік</p>
Зміст дисципліни	<p>Змістовий модуль 1. Основи мікроекономічного аналізу</p> <p>Тема 1. Предмет і метод мікроекономіки</p> <p>Мікроекономіка як розділ економічної теорії, її взаємозв'язок з макроекономікою. Етапи розвитку мікроекономіки як науки. Предмет мікроекономіки, її суб'єкти та об'єкти. Основні поняття та припущення. Загальні та специфічні методи мікроекономічних досліджень. Позитивна та нормативна мікроекономіка.</p> <p>Тема 2. Аналіз попиту і пропозиції</p> <p>Основи аналізу попиту. Попит і закон попиту. Крива або графік попиту. Нецінові фактори зміни в попиті. Основи аналізу пропозиції. Пропозиція і закон пропозиції. Крива або графік пропозиції. Нецінові фактори зміни в пропозиції. Суть цінової еластичності попиту та пропозиції, конкретні форми її вираження. Дугова еластичність попиту і пропозиції: суть, типи, формула визначення. Точкова еластичність попиту і пропозиції. Можливість різних варіантів розміщення характерних точок на кривих попиту і пропозиції та визначення їх еластичності. Еластичність попиту і загальний дохід. Перехресна еластичність попиту. Еластичність попиту за доходом. Практичне застосування теорії еластичності.</p> <p>Тема 3. Взаємодія попиту та пропозиції. Ринкова рівновага</p> <p>Ринкові криві попиту і пропозиції як основа для визначення рівноважної ціни. Ціна рівноваги або ринкова ціна: причини формування та суть. Надлишки та дефіцити. Зміна ринкової рівноваги під впливом дії нецінових факторів попиту і пропозиції. Сталість ринкової рівноваги. Рента (вигода) споживача і виробника від механізму ринкового ціноутворення.</p> <p>Державне регулювання ринкової рівноваги та його наслідки. Законодавче встановлення максимальної ціни. Встановлення законодавством мінімальної ціни. Вплив податків і субсидій на попит і пропозицію.</p> <p>Тема 4. Теорія граничної корисності та поведінка споживача</p> <p>Поняття потреби, види потреб. Економічні блага, їх класифікація. Поняття корисності, її особливості та спосіб досягнення. Загальна і гранична корисність. Функція корисності як залежність між кількістю одиниць споживаного блага та рівнем корисності, що досягається споживачем.</p> <p>Процес споживання та динаміка зміни загальної і граничної корисності. Перший закон Госсена. Закон спадної граничної корисності блага, його графічне зображення. Раціональний вибір споживача та його дві умови: максимізація загальної корисності та бюджетне обмеження. Рівновага споживача. Модель споживання</p>

набору благ. Другий закон Госсена. Вплив на поведінку споживача бюджетних обмежень і цін.

Еквіваржинальний принцип досягнення раціонального вибору та рівновага споживача. Поняття попиту на благо. Моделювання поведінки споживача, який прагне раціоналізувати свій вибір з урахуванням спадної граничної корисності блага: визначення індивідуального попиту на благо.

Тема 5. Ординалістська теорія поведінки споживача

Теорія споживчого вибору та вихідні умови аналізу поведінки споживача згідно концепції кривих байдужості. Криві байдужості як спеціальний інструментарій мікроекономічного аналізу. Властивості кривих байдужості. Карта байдужості. Гранична норма заміщення благ: суть і методичне обчислення. Наслідок динаміки норми заміщення у поясненні форми кривих байдужості. Крайні випадки взаємозаміщення та взаємодоповнення благ.

Бюджетне обмеження і можливості споживача. Бюджетна пряма: рівняння і графічна побудова. Властивості бюджетної прямої. Споживча рівновага при бюджетному обмеженні. Графічний вираз споживчої рівноваги. Різні випадки досягнення рівноваги: “внутрішня” і “кутова” рівновага.

Тема 6. Моделювання поведінки споживача

Зміна оптимального вибору споживача в результаті зміни його доходу. Побудова кривої “дохід-споживання”. Криві Енгеля. Зміна оптимального вибору споживача в результаті цінових змін. Побудова кривої “ціна –споживання”. Індивідуальний та ринковий попит. Споживчий надлишок. Ефект доходу і заміщення як альтернативне пояснення для оберненої пропорційності кривої попиту. Загальний ефект від зміни ціни. Визначення ефекту заміщення і ефекту доходу у загальному ефекті від зміни ціни. Парадокс Гіффена.

Змістовий модуль 2. Мікроекономічний аналіз поведінки фірми на ринку товарів та на ринку ресурсів

Тема 7. Мікроекономічна модель фірми

Фірма, як суб’єкт ринкових відносин. Структура та організаційно-правові форми фірми. Мотивація поведінки фірми. Основні проблеми вибору економічної організації фірми: що виробляти, як виробляти, для чого виробляти. Фактор часу і періоди функціонування фірми: миттєвий, короткостроковий і довгостроковий. Процес виробництва. Ресурси і випуск.

Тема 8. Варіації факторів виробництва та оптимум товаровиробника

Поняття і параметри виробничої функції. Виробнича функція з одним змінним фактором. Сукупний, середній і граничний продукт і їх графічне зображення. Закон спадної віддачі (продуктивності) змінного фактору виробництва. Стадії виробництва та обґрунтування управлінських рішень щодо розширення та згортання виробництва. Виробнича функція з двома змінними факторами виробництва. Ізокванта та її властивості. Карта ізоквант. Гранична норма технологічного заміщення. Можливі конфігурації ізоквант. Ізокоста та її властивості. Карта ізокост. Рівновага виробника. Траєкторія розвитку фірми. Оптимальний шлях розвитку в тривалому періоді. Закон ефекту масштабу: зростаючий, незмінний та спадний ефект.

Тема 9. Витрати фірми, доходи та прибуток

Суть витрат фірми. Економічні витрати. Бухгалтерські витрати. Витрати виробництва в короткостроковому періоді. Загальні, постійні та змінні витрати. Середні витрати. Граничні витрати. Витрати фірми в довгостроковому періоді. Оптимальний випуск продукції фірмою в довгостроковому періоді. Суть доходу та його види. Середній дохід. Загальний дохід. Граничний дохід.

Поняття прибутку. Економічний, бухгалтерський та нормальний прибуток. Максимізація прибутку: два підходи.

Тема 10. Ринок досконалої конкуренції

Характерні ознаки ринку досконалої конкуренції. Ринковий попит і попит на продукт фірми в умовах досконалої конкуренції. Визначення ціни і випуску продукції досконалим конкурентом в короткостроковому періоді. Принцип порівняння валового доходу і валових витрат. Принцип порівняння граничного доходу і граничних витрат.

Визначення ціни і випуску продукції досконало конкурентною фірмою в довгостроковому періоді. Довготермінова рівновага фірми. Зміна довготермінової рівноваги на фірмі і в галузі. Ефективність діяльності фірми в умовах досконалої конкуренції.

Тема 11. Монопольний ринок

Визначення чистої монополії та причини її існування. Види монополії. Попит на продукт монопольного виробника. Валовий дохід і граничний дохід в умовах чистої монополії. Визначення монопольним виробником ціни і обсягу виробництва. Короткотерміновий період: максимізація прибутку чи мінімізація збитків. Максимізація прибутку в довготерміновому періоді. Цінова дискримінація та її наслідки. Економічні наслідки монополії (ефективність використання ресурсів, монополія і науково-технічний прогрес, монополія і розподіл доходу).

Тема 12. Монополістична конкуренція та олігополія

Визначення монополістичної конкуренції та її основні ознаки. Диференціація продукту. Нецінова конкуренція. Роль реклами в неціновій конкуренції. Ціна і випуск продукції в умовах монополістичної конкуренції. Наслідки монополістичної конкуренції.

Олігополія: суть та основні ознаки. Цінові моделі олігополії. Економічна ефективність олігополії.

Тема 13. Ринок факторів виробництва

Ринок факторів виробництва та значення формування цін на економічні ресурси. Особливості формування попиту на економічні ресурси. Попит на ресурси згідно теорії граничного продукту. Еластичність попиту на ресурс. Зміни в попиті на ресурс. Оптимальне поєднання ресурсів. Правило мінімізації витрат. Правило максимізації прибутку.

Ціноутворення на фактори виробництва. Ринок праці: попит і пропозиція праці. Особливості ціноутворення на досконалому і недосконалому ринках праці. Ринки капіталу. Інвестиційні рішення. Фактор часу в аналізі капіталу. Дисконтована вартість та її обчислення. Відсоток. Ринок землі. Земельна рента та ціна землі.

Тема 14. Загальна ринкова рівновага та інституціональні аспекти ринкового господарства

Часткова та загальна рівновага. Аналіз загальної рівноваги. Ефект



	<p>зворотнього зв'язку. Система рівнянь загальної рівноваги за Вальрасом. Закон Вальраса. Теорія добробуту та Парето-ефективність. Три умови ефективності (оптимальності): ефективність споживання (обміну); ефективність виробництва; загальна (одночасна) ефективність виробництва і споживання. Досконала конкуренція та економічна ефективність. Ефективність та справедливість.</p> <p>Причини обмеженої спроможності ринкового регулювання. Відхилення та невдачі ринку. Переливи (екстерналії). Витрати переливу (негативні екстерналії). Вигоди переливу (позитивні екстерналії). Шляхи корекції екстерналій. Суспільні та приватні витрати. Теорема Коуза. Засоби державного регулювання. Ділове співробітництво між людьми. Юридичне розв'язання проблеми – позов на відшкодування збитків. Суспільні блага і послуги. Індивідуальні, суспільні та квазісуспільні блага. Ефективна кількість суспільних благ. Забезпеченість суспільними благ.</p>
Рекомендована література	<p>Основна:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Оверченко В. І., Мажак З. М., Софій М. І. Мікроекономіка: Навчальний посібник. / за наук. ред. О. Л. Ануфрієвої. Івано-Франківськ, «Лілея-НВ». 2015. 348 с. URL: https://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/mikroekonom.pdf2. Каменева Н.М., Косич М.В., Александрова О. Ю. Мікроекономіка: Навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 305 с. URL: http://surl.li/fcxkd3. Мікроекономіка: Навчальний посібник / За ред. А.О.Задої. Донецьк: Національний гірничий університет, 2008. URL: http://surl.li/feqlx <p>Додаткова:</p> <ol style="list-style-type: none">4. Мікроекономіка: конспект лекцій. / укладачі: Ю. М. Петрушенко, О. В. Дудкін, Н. М. Костюченко. Суми: Сумський державний університет, 2013. 206 с. http://surl.li/feqkl5. Косік А. Ф. Мікроекономіка: навчальний посібник. Рівне : 2002. 400 с. https://ep3.nuwm.edu.ua/1843/1/060.pdf <p>Інтернет-ресурси:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: http://www.me.gov.ua2. Законодавство України. URL: http://www.zakon/rada.gov.ua
Види занять, методи і форми навчання	<p>Форми організації освітнього процесу: лекції, практичні заняття, семінари, дослідницькі роботи, самостійна робота, консультації зі викладачами, участь у наукових конференціях, екскурсії, дистанційне навчання.</p> <p>Освітні технології: традиційні, інтерактивні, інформаційно-комунікативні, проектного навчання.</p>
Пререквізити	<p>Дисципліни «Економіка підприємства», «Основи статистики та аналізу даних», «Основи організації підприємницької діяльності», «Основи маркетингу».</p>
Постреквізити	<p>Дисципліни «Планування діяльності підприємства», «Управління операційною діяльністю та основи логістики», «Економіка та управління інноваційною діяльністю».</p> <p>Здійснення професійної діяльності.</p>



Критерії оцінювання	Критерії оцінювання: <p>Оцінка «відмінно» виставляється, якщо здобувач освіти у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно й аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією, розв'язує задачі стандартним або оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки. Приймав участь у семінарах, виконав необхідні практичні і тестові завдання.</p> <p>Оцінка «добре» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, розв'язує задачі стандартним способом, послуговується науковою термінологією, але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки. Приймав участь у семінарах, виконав необхідні практичні і тестові завдання з незначними помилками.</p> <p>Оцінка «задовільно» виставляється, якщо здобувач освіти відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, записує основні формули, рівняння, закони, однак нездатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки. Виконав необхідні практичні і тестові завдання, але є помилки.</p> <p>Оцінка «незадовільно» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо не володіє навчальним матеріалом, однак фрагментарно, поверхово (без аргументації й обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань. Не виконав необхідні практичні і тестові завдання.</p>
Політика курсу	Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними завданнями та проектами не допустимо порушення академічної доброчесності.

2 ПСИХОЛОГІЯ БІЗНЕСУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
ПСИХОЛОГІЯ БІЗНЕСУ	
	<p>Освітньо-професійна програма: Економіка та організація підприємницької діяльності</p> <p>Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</p> <p>Галузь знань: 07 Управління та адміністрування</p>
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний /освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Вибірковий компонент
Семестр	5
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/ загальна кількість годин)	4 кредити ЄКТС/ 120 годин
Циклова комісія	Циклова комісія суспільних дисциплін
Мова викладання	Українська
Мета навчальної дисципліни	<p>Метою вивчення навчальної дисципліни є розвиток соціально-психологічної компетентності та формування психологічної культури здобувачів фахової передвищої освіти; засвоєння знань з етики ділового спілкування, використання різних форм ділової комунікації, оволодіння техніками ділового спілкування, практичними навичками організації ділових зустрічей, ведення перемовин, створення іміджу ділової людини.</p>
Предмет і завдання дисципліни	<p>Предметом вивчення навчальної дисципліни «Психологія бізнесу» є особливості психологічних чинників, що зумовлюють ефективність діяльності та комунікаційних процесів у діловій сфері.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни є:</p> <ul style="list-style-type: none">- формування у здобувачів фахової передвищої освіти базових знань з психології особистості;- орієнтація на процес самопізнання, мотивування їх до саморозвитку та самовдосконалення; сприяння розвитку творчого мислення та здатності до критичної обробки інформації;- формування у здобувачів фахової передвищої освіти системи знань про ділові комунікації як засіб взаємодії, забезпечення досягнення цілей працівників, цілей організації і суспільства;- формування комунікативних та морально-етичних якостей, прагнення до співтворчості та співпраці, засвоєнню правил ділової етики та норм поведінки, прийнятих у професійному товаристві.

Заплановані результати навчання	Програмні результати навчання (РН): РН 2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності із професійною метою РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні та телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності. РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійних цілей. РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні та теоретичні знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці. РН 12. Уміти виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.
Заплановані знання та вміння	У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової передвищої освіти повинен володіти такими компетентностями: ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. СК 1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності. СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур. СФК5. Здатність до підтримки належного рівня економічних знань та постійного підвищення своєї професійної підготовки. У результаті вивчення дисципліни здобувачі повинні знати: <ul style="list-style-type: none">– понятійний та категорійний апарат щодо етики бізнесу;– сутність моделей ділового спілкування в бізнесі;– основні принципи та моральні норми суспільства;– сутність етики керівника, службової та адміністративної етики;– технології побудови ділового іміджу; вміти:<ul style="list-style-type: none">– використовувати у діловому спілкуванні вербальні та невербальні засоби спілкування;– застосовувати прийоми ораторського мистецтва;– проводити позиціонування та публічну презентацію власного ділового іміджу;– організувати проведення ділових переговорів та налагоджувати нові ділові контакти.
Структура навантаження на здобувача	Кількість лекційних годин – 40 год. Кількість практично-семінарських занять – 64 год Кількість годин для самостійної роботи – 56 год. Форма підсумкового контролю – залік.
Зміст дисципліни	ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Базові знання про особистість у сучасній психології Тема 1. Поняття та структура особистості Сутність та співвідношення понять «індивід», «людина», «особистість», «індивідуальність», «суб'єкт». Психологічні характеристики особистості. Структура особистості.

**Тема 2. Характер та темперамент**

Поняття про темперамент. Типи темпераменту та їх роль в діяльності людини. Поняття про характер. Структура характеру. Типологія характеру (акцентуації).

Тема 3. Задатки та здібності людини

Поняття про задатки та здібності. Структура здібностей. Різновиди здібностей. Рівні розвитку здібностей.

Тема 4. Свідомість і несвідоме. Самосвідомість особистості

Свідомість як рівень психічного відображення. Характер процесу усвідомлення. Поняття самосвідомості. Структура Я-концепції. Самоставлення та самооцінка.

Тема 5. Когнітивна сфера особистості

Відчуття та сприймання. Пам'ять. Увага. Мислення та інтелект. Уява. Їх значення для становлення особистості.

Тема 6. Афективна сфера особистості

Потяги. Афекти. Емоції та почуття. Воля. Роль афективної сфери у процесі саморегуляції особистості.

Тема 7. Потребнісно-мотиваційна система

Активність особистості та її джерела. Спрямованість особистості. Потреби й мотиви. Класифікація потреб. Класифікація мотивів.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. Етика ділового спілкування**Тема 8. Спілкування як соціальний феномен**

Поняття про спілкування. Культура спілкування. Спілкування як комунікація. Техніка спілкування.

Тема 9. Функції спілкування

Класифікація функцій спілкування. Характеристика сторін спілкування. Етичні установки.

Тема 10. Невербальне спілкування

Загальні відомості про невербальне спілкування. Особистісний простір. Сигнали очей. Постава і значення деяких жестів. Метамова, або як читати між рядками.

Тема 11. Ділове спілкування та форми обговорення ділових проблем.

Форми і види ділового спілкування та фактори впливу. Риторика і мистецтво презентації. Форми ділового спілкування. Презентація як різновид професійного мовлення. Індивідуальні та колективні форми фахового спілкування. Форми колективного обговорення професійних проблем).

Тема 12. Формальні та неформальні стосунки з колегами, підлеглими керівниками

Особливості управління та підприємництва. Морально-етичні принципи управління. Принципи прийняття управлінських рішень. Діловий протокол та організація ділових прийомів.

Тема 13. Побудова ефективних міжособистісних комунікацій

Закони спілкування. Слухання як вид комунікації. Види питань і техніки їх використання. Комунікативні бар'єри. Алгоритм «Я – висловлювання». Техніки ефективного поведінки. Побудова ефективних ділових відносин з колегами.

Тема 14. Конфлікти в організації та шляхи їх вирішення

Основні характеристики конфліктів. Види конфліктів. Причини виникнення і розвиток конфліктів. Функції конфліктів. Аналіз конфліктів. Способи вирішення конфліктів. Особливості поведінки




	<p>в конфліктних ситуаціях. Психотехнології впливу на опонента в конфліктних ситуаціях. Негативні наслідки конфліктів і методи зняття напруги. Шляхи гармонізації ділового спілкування.</p> <p>Тема 15. Імідж сучасної ділової людини</p> <p>Імідж як умова ділового успіху. Зовнішній вигляд ділової людини. Діловий одяг чоловіка. Діловий одяг жінки. Комунікативні властивості іміджу та його класифікація.</p>
Рекомендована література	<p>Основна:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Варій М.Й. Психологія особистості : навч. посіб. Київ. : Центр учбової літератури, 2008. 592 с. URL: http://psychologdcpp.in.ua/wp-content/uploads/2019/10/biblioteka/file7.pdf2. Основи психології: Підручник/ За заг. ред. О.В. Киричука, В.А. Роменця. Вид. 5-те, стереотип. Київ.: Либідь, 2002. 632 с.3. Москалець В.П. Психологія особистості : навч. посіб. Київ. : Центр учбової літератури, 2013. 262 с.4. Етика ділового спілкування: навч. посібник. / за редакцією Т. Б. Гриценко, Т. Д. Іщенко, Т. Ф. Мельничук. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 344 с. URL: http://shron.chtyvo.org.ua/Hrytsenko_TB/Etyka_dilovoho_spilkuvannia.pdf.5. Зусін, В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: навчальний посібник для вузів. 2-ге вид.,перероб. і доп. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 220 с. URL: https://library.udpu.edu.ua/library_files/406456.pdf. <p>Додаткова:</p> <ol style="list-style-type: none">6. Авраменко О. О., Яковенко Л. В., Шийка В. Я. Ділове спілкування: Навчальний посібник. / За наук. ред. О. О. Авраменко. Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», 2015. 160 с. URL: http://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/dilove_spilkuv_1.pdf7. Етика ділового спілкування : / за редакцією Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук. Навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 344 с. URL: http://www.subject.com.ua/pdf/71.pdf8. Молоткіна В. К. Організація сучасної ділової комунікації: Навч. метод. посібник. Переяслав-Хмельницький, 2018. 267 с. URL: http://ephsheir.phdpu.edu.ua/bitstream9. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: Навч. посіб. Київ: Кондор, 2007. 359 с. URL: https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KNIGI/ <p>Інтернет ресурси:</p> <ol style="list-style-type: none">10. Психологія: Підручник. / за ред. Ю.Л.Трофімова. 4-те вид., стереотип. Київ.: Либідь, 2003. 560 с. URL: https://westudents.com.ua/knigi/526-psihologya-trofmov-yul-.html11. Ратніков В.П. Ділові комунікації (електронний підручник) URL: https://stud.com.ua/64126/menedzhment/dilovi_komunikatsiyi12. Співак В.А. Ділова етика (електронний підручник) URL: https://stud.com.ua/21928/etika_ta_estetika/dilova_etika13. Пентилюк М.І. Ділове спілкування та культура мовлення : навч. посібник. Київ : Центр учб. л-ри, 2017. 224 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1782_51814383.pdf14. Прищак М. Д. Етика та психологія ділових відносин : навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2016. 151 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1963_71096407.pdf15. Професійні комунікації : Навчальний посібник «Ділове



	спілкування» / уклад. О. М. Жук, Л.Ю. Тиха. Луцьк : Луцький НТУ, 2016. 112 с. URL: https://lutsk-ntu.com.ua/sites/default/files/profesiyni_komunikaciyi_posibnik.pdf
Види занять, методи і форми навчання	Форми організації освітнього процесу: лекції, практичні заняття, семінари, дослідницькі роботи, самостійна робота, консультації зі викладачами, участь у наукових конференціях, екскурсії, дистанційне навчання. Освітні технології: традиційні, інтерактивні, інформаційно-комунікативні, проектного навчання.
Пререквізити	Дисципліни «Громадянська освіта», «Економічна теорія», «Основи організації підприємницької діяльності»
Постреквізити	Дисципліни «Менеджмент», «Планування діяльності підприємства». Здійснення професійної діяльності.
Критерії оцінювання	Критерії оцінювання: Оцінка « відмінно » виставляється, якщо здобувач освіти у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно й аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та ситуаційних (практичних) завдань, вільно послуговується науковою термінологією, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки. Оцінка « добре » виставляється, якщо здобувач освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та ситуаційних (практичних) завдань, послуговується науковою термінологією, але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки. Оцінка « задовільно » виставляється, якщо здобувач освіти відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, однак нездатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки. Оцінка « незадовільно » виставляється, якщо здобувач освіти достатньо не володіє навчальним матеріалом, однак фрагментарно, поверхово (без аргументації й обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань і ситуаційних (практичних) завдань.
Політика курсу	Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними завданнями та проектами не допустимо порушення академічної доброчесності.



3. МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ	
	Освітньо-професійна програма: Економіка та організація підприємницької діяльності Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Галузь знань: 07 Управління та адміністрування
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний /освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Вибірковий компонент
Семестр	5
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/ загальна кількість годин)	4 кредити ЄКТС/ 120 годин
Циклова комісія	Циклова комісія економіки та підприємництва
Мова викладання	Українська
Мета навчальної дисципліни	Метою вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг послуг» є набуття студентами теоретичних знань та практичних навичок щодо маркетингової діяльності підприємств сфери послуг, методів вивчення ринку послуг, визначення шляхів та резервів розвитку підприємства сфери послуг в сучасних умовах, формування маркетингової стратегії та використання комплексу маркетингу підприємствами сфери послуг.
Предмет і завдання дисципліни	Предметом вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг послуг» є особливості ринку послуг та застосування на цьому ринку комплексу маркетингу. Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетинг послуг» є: - формування розуміння значення маркетингу в сфері послуг; - вивчення особливостей ринку послуг, його структуризації на світовому і державному рівнях, регулювання та нормативного забезпечення; - опанування маркетингового інструментарію в діяльності підприємств та організацій у сфері послуг; - формування вмінь використовувати набуті знання у практичній діяльності.
Заплановані результати навчання	Програмні результати навчання (РН): РН 5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності. РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.

	<p>РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання у практичній діяльності.</p> <p>РН 8. Володіти методами й інструментарієм для підготовки проєктів управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.</p> <p>РН 9. Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>РН 10. Визначати характеристику товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів.</p> <p>РН 12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>РН 14. Визначати потреби споживачів для формування асортименту товарів у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>РН 20. Виявляти проблеми економічного характеру та спрямовувати дії на розв'язання непередбачуваних задач і проблем у сфері економіки, маркетингу, обліку, аналізу та оподаткування.</p>
<p>Заплановані знання та вміння</p>	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової передвищої освіти повинен володіти такими компетентностями:</p> <p>ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>СК 1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.</p> <p>СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>СК 4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>СК 8. Здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.</p> <p>СФК 2. Здатність до підготовки економічної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень у сферах планування, матеріально-технічного постачання, ціноутворення, збуту.</p> <p>СФК 5. Здатність до підтримки належного рівня економічних знань та постійного підвищення своєї професійної підготовки.</p> <p>У результаті вивчення дисципліни здобувачі освіти повинні знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - зміст та особливості маркетингу сфери послуг; - моделі маркетингу у сфері послуг; - сучасний інструментарій маркетингу послуг; - особливості сегментування ринку послуг;



	<ul style="list-style-type: none">- комунікаційну політику на ринку послуг;- ключові підходи та особливості політики розповсюдження послуг;- стратегії ціноутворення у сфері послуг;- маркетингові стратегії на ринку послуг;- підходи до планування маркетингу у сфері послуг. <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none">- ідентифікувати послуги за окремими класифікаційними ознаками;- обирати та застосовувати на практиці найбільш доцільні методи дослідження ринку;<ul style="list-style-type: none">- здійснювати сегментацію ринку послуг та вибір цільових сегментів;- проводити аналіз конкурентного середовища та ринкових позицій конкурентів;- обирати раціональні інструменти маркетингових комунікацій з метою просування виробника та його послуг на ринку;- визначати ефективні складові політики розповсюдження послуг на ринку;- обирати та розробляти найбільш доцільну цінову політику залежно від ситуації на ринку послуг;- визначати лояльність споживачів послуг та розуміти засади маркетингу взаємовідносин у сфері послуг;- виконувати завдання для розробки стратегічних, тактичних та оперативних планів підприємств у сфері послуг.
Структура навантаження на здобувача	Кількість лекційних годин – 40 год Кількість практичних занять – 20 год. Кількість семінарських занять – 4 год Кількість годин для самостійної роботи – 56 год. Форма підсумкового контролю – залік
Зміст дисципліни	<p>Змістовий модуль 1. Сутність та основні риси послуг, ринку послуг та маркетингу послуг</p> <p>Тема 1. Поняття послуг. Характеристика послуг Роль невиробничої сфери в сучасній економіці. Сутність та природа послуг. Основні відмінності послуги від товару. Види послуг. Причини, що стимулюють швидке зростання ринку послуг. Основні характеристики послуг.</p> <p>Тема 2. Особливості маркетингу у сфері послуг. Моделі маркетингу послуг. Складові маркетингу на ринку послуг. Сутність понять «зовнішній» та «внутрішній» маркетинг. Основні особливості внутрішнього маркетингу та його важливість для ринку послуг. Сутність «інтерактивного» маркетингу. Особливості зовнішнього маркетингу у сфері послуг. Необхідність комплексного підходу до впровадження маркетингу на ринку послуг.</p> <p>Існуючі підходи для визначення особливостей впровадження маркетингу на ринку послуг. Основні моделі маркетингу у сфері послуг. Модель Д.Ратмела, «сервакшн» - модель П.Ейгліє та Е.Ланггарда та їх основні особливості. Модель К.Гренроса, «4-Р» модель Д.Маккарті та «7-Р» модель М.Бітнер. Особливості впровадження існуючих моделей у практичну діяльність підприємств на ринку послуг України. Трикутна модель Ф.Котлер та її основні відмінності.</p>

Змістовий модуль 2. Комплекс маркетингу у сфері послуг**Тема 3. Продуктова політика у сфері послуг**

Сутність та мета продуктової політики. Особливості продуктової політики у сфері послуг. Продуктові стратегії у сфері послуг. Асортиментна політика у сфері послуг. Ступені новизни послуги. Поняття якості послуги. Критерії та показники якості. Концепція життєвого циклу послуги. Використання моделі Кано при розробленні послуги. Система фірмового стилю послуги. Стандарти обслуговування.

Тема 4. Цінова політика у сфері послуг

Сутність, цілі та значення цінової політики у сфері послуг. Фактори впливу на цінову політику. Методи ціноутворення. Типи цінових пакетів. Цінові стратегії у сфері послуг.

Тема 5. Політика розповсюдження у сфері послуг

Сутність та складові політики розповсюдження у сфері послуг. Способи надання та розповсюдження послуг. Структура території обслуговування. Вибір місця розташування підприємств сфери послуг.

Тема 6. Політика просування у сфері послуг

Сутність та цілі політики просування у сфері послуг. Складові політики просування послуг. Основні складові політики просування послуг. Особливості реклами на ринку послуг. Основні підходи та особливості проведення рекламної кампанії для підприємств на ринку послуг. Стимулювання збуту послуг. Пропаганда та паблік-рїлейшнз на ринку послуг. Особливості процесу персонального продажу. Сутність та форми прямого маркетингу. Синтетичні складові політики просування послуг. BTL та ATL-акції у системі маркетингових комунікацій.

Змістовий модуль 3. Дослідження попиту, особливості споживачів та управління маркетингом у сфері послуг**Тема 7. Моделі поведінки споживачів послуг**

Особливості та етапи поведінки споживачів сфери послуг. Поняття лояльності споживачів. Моделі поведінки споживачів послуг. Модель «Простота - складність оцінки». Модель розривів (модель якості послуг). Модель «Прийнятний – бажаний рівень якості послуг». Зона терпимості. Модель «Сприйняття – задоволення».

Тема 8. Дослідження попиту на послуги

Особливості споживчого попиту на послуги. Складові зміни попиту. Адаптація можливостей підприємства до змін споживчого попиту. Поняття обсягу і структури ринку послуг. Сегментування ринку послуг. Стратегії охоплення ринку послуг.

Тема 9. Управління маркетингом в сфері послуг

Сутність та значення управління маркетинговою діяльністю у сфері послуг. Принципи управління. Схема управління маркетинговою діяльністю у сфері послуг. Управління ключовими контактами. Сутність та значення маркетингу взаємовідносин в організації ефективної діяльності підприємств сфери послуг. Формування лояльних стосунків зі споживачем послуг.

Необхідність планування та контролю маркетингу. Особливості планування маркетингу у сфері послуг. Організаційні аспекти маркетингу на ринку послуг. Зміст та значення контролю маркетингу. Особливості контролю у сфері послуг. Етапи процесу



	<p>контролю.</p> <p>Змістовий модуль 4. Особливості маркетингової діяльності підприємств сфери послуг</p> <p>Тема 10. Особливості маркетингу у різних сферах надання послуг</p> <p>Особливості маркетингу у різноманітних сферах ринку послуг та основні підходи для впровадження маркетингу у різні сфери діяльності на ринку послуг. Банківський маркетинг та особливості банківського продукту – банківської послуги. Основні відмінності банківського маркетингу від маркетингу на інших ринках послуг. Туристичний маркетинг та перспективи розвитку на ринку України. Ринок послуг сфери комунально-побутового обслуговування. Ринок послуг у сфері захисту здоров'я та фізичної культури. Ринок послуг культурно-освітньої сфери. Ринок послуг сфери управління, регулювання та обміну.</p> <p>Сутність і основні види торговельно-посередницької діяльності. Основні типи посередників і специфіка їх роботи та основні стратегії діяльності щодо просування товарів.</p> <p>Сутність і місце оптової торгівлі в ринковому процесі. Принципи організації та основні напрямки маркетингової діяльності оптових торговельних підприємств.</p> <p>Роздрібна торгівля як основний посередник між виробником і споживачем. Особливості маркетингу у роздрібній торгівлі. Діяльність маркетингових служб роздрібних торговельних підприємств. Мерчандайзинг.</p> <p>Класифікація сервісу технічно складних товарів. Передпродажний та після продажний сервіс: види, характеристика. Визначення потреби в сервісі. Прогнозування обсягу різних видів сервісних послуг. Організація сервісу як засіб формування стабільного ринку для товарів. Правила ефективної організації сервісу.</p> <p>Тема 11. Світовий ринок послуг. Міжнародна торгівля послугами</p> <p>Сутність та структура світового ринку. Світовий ринок послуг. Класифікація зовнішніх ринків послуг. Особливості світового ринку послуг. Міжнародна торгівля послугами.</p>
Рекомендована література	<p>Основна:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с. URL: https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/11841/1/Marketing_poslyg_30.01.2018_%D0%A0%D0%95%D0%94.pdf2. Ткачук С. В. Маркетинг послуг: конспект лекцій для студ. галузі знань 0305 "Економіка і підприємництво" напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг" денної та заочної форм навч. Київ.: НУХТ, 2015. 119 с. URL: http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/20256/1/k1%20marketinginservices.pdf3. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг: Навчальний посібник. / За наук. ред. О. А. Тимчик. Київ : Видавництво, 2014.



	<p>284 с. URL: http://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/marketing.pdf</p> <p>Додаткова:</p> <p>4. Кузик О. В. Маркетинг послуг: методичні матеріали для самостійної роботи студентів Львів.: ЛНУ ім. Івана Франка. 2019. 76 с. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/Metodychka_Samostiyna_Pidhotovka-MP_Kuzyk.pdf</p> <p>5. Заруба В. Я. Парфентенко І. А. Маркетинг роздрібної торгівлі. Навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 106 с. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/41625/4/Book_2019_Zaruba_Marketynh_rozdrib_torhivli.pdf</p> <p>6. Парасюк О. О. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг послуг» для студентів 4 курсу денної та заочної форм навчання за напрямом підготовки 6.030601 Менеджмент. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків.: ХНАМГ, 2012. 86 с. URL: http://eprints.kname.edu.ua/pdf</p> <p>Інтернет-ресурси:</p> <p>4. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: http://www.me.gov.ua</p> <p>5. Законодавство України. URL: http://www.zakon/rada.gov.ua</p> <p>6. https://marketer.ua/ua</p> <p>7. http://online-marketing.com.ua/</p>
Види занять, методи і форми навчання	<p>Форми організації освітнього процесу: лекції, практичні заняття, семінари, дослідницькі роботи, самостійна робота, консультації зі викладачами, участь у наукових конференціях, екскурсії, дистанційне навчання.</p> <p>Освітні технології: традиційні, інтерактивні, інформаційно-комунікативні, проектного навчання.</p>
Пререквізити	<p>Дисципліни «Економіка підприємства», «Основи статистики та аналізу даних», «Основи організації підприємницької діяльності», «Основи маркетингу».</p>
Постреквізити	<p>Дисципліни «Планування діяльності підприємства», «Електронна комерція», «Управління операційною діяльністю та основи логістики», «Економіка та управління інноваційною діяльністю». Здійснення професійної діяльності.</p>
Критерії оцінювання	<p>Критерії оцінювання:</p> <p>Відмінно – здобувач освіти вільно і творчо володіє матеріалом, визначеним програмою, має діалектичне мислення, аргументовано, науково аналізує економічні проблеми, на достатньому рівні проводить всі розрахунки, об’єктивно оцінює ринкову ситуацію та її вплив на діяльність підприємства. Вміє використовувати різноманітні джерела знань, систематично поповнює знання, вміє застосовувати знання при вирішенні професійних питань. Уміє доводити власну думку, відстоювати свої висновки. Приймав участь у семінарах, виконав необхідні практичні і тестові завдання.</p> <p>Добре – здобувач освіти добре володіє матеріалом, але має незначні ускладнення при відповіді, потребує допомоги викладача при виборі напряму відповіді та допускає незначні помилки, неточну аргументацію. Оцінювання подій, ситуацій, досягнень більш інтуїтивне, ніж наукове. Вміє логічно мислити, але має</p>



	<p>незначні труднощі при самостійному виконанні економічних розрахунків. Приймав участь у семінарах, виконав необхідні практичні і тестові завдання.</p> <p>Задовільно – здобувач освіти користується лише окремим знаннями дисципліни, порушує логіку відповіді, відповідь недостатньо самостійна, допускає суттєві помилки у відповідях та поясненнях питань. Мова спрощена, оцінювання ситуацій лише інтуїтивне, викладач постійно коректує відповідь здобувача. Здобувач освіти не завжди може самостійно знайти докази і обрати правильне рішення. Допускає помилки в економічних розрахунках. Виконав необхідні практичні і тестові завдання.</p> <p>Незадовільно – здобувач освіти не володіє знаннями та практичним навичками дисципліни. Не може виконати економічні розрахунки, проаналізувати ситуацію. Не виконав необхідні практичні і тестові завдання.</p>
Політика курсу	<p>Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</p> <p>Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними завданнями та проектами не допустимо порушення академічної доброчесності.</p>



4 КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

	СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ Освітньо-професійна програма: Економіка та організація підприємницької діяльності Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Галузь знань: 07 Управління та адміністрування
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний /освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Вибірковий компонент
Семестр	5
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/ загальна кількість годин)	4 кредити ЄКТС/ 120 годин
Циклова комісія	Циклова комісія економіки та підприємництва
Мова викладання	Українська
Мета навчальної дисципліни	Метою вивчення навчальної дисципліни «Креативний менеджмент» є засвоєння здобувачами фахової передвищої освіти сучасних знань та базових практичних вмінь для досягнення успіху в різних сферах діяльності, особливо коли відбуваються швидкі та глобальні зміни, для формування та розвитку власних конкурентних переваг, через реалізацію креативних заходів, що спрямовані на забезпечення інноваційного розвитку та випередження змін у середовищі функціонування.
Предмет і завдання дисципліни	Предметом вивчення навчальної дисципліни «Креативний менеджмент» є загально-теоретичні положення, що розкривають особливості виникнення та функціонування креативного мислення керівника, колективу, згуртування креативних команд та підтримки інноваційних бізнес-проектів. Основними завданнями навчальної дисципліни є: <ul style="list-style-type: none">- сприяння оволодінню здобувачами навичками креативного мислення в сучасному бізнесі;- оволодіти знаннями з особливостей формування креативної особистості, способами розвитку, раціонального використання творчого потенціалу;- привчити здобувачів освіти наполегливо працювати над створенням дієвої мотивації до праці, створенням атмосфери високої відповідальності за виконання креативних рішень, ефективної системи креативного менеджменту та її діагностики і прогнозування
Заплановані результати навчання	Програмні результати навчання (РН): РН 5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності. РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками



	<p>міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.</p> <p>РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання у практичній діяльності.</p> <p>РН 8. Володіти методами й інструментарієм для підготовки проєктів управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.</p> <p>РН 9. Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>РН 12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>РН 20. Виявляти проблеми економічного характеру та спрямовувати дії на розв'язання непередбачуваних задач і проблем у сфері економіки, маркетингу, обліку, аналізу та оподаткування.</p>
Заплановані знання та вміння	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової передвищої освіти повинен володіти такими компетентностями:</p> <p>ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>СК 1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.</p> <p>СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>СФК2. Здатність до підготовки економічної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень у сферах планування, матеріально-технічного постачання, ціноутворення, збуту.</p> <p>СФК5. Здатність до підтримки належного рівня економічних знань та постійного підвищення своєї професійної підготовки.</p> <p>У результаті вивчення дисципліни здобувачі освіти повинні знати:</p> <ul style="list-style-type: none">– роль та значення креативного менеджменту як науки;– зміст понять “інновація”, “творче мислення”, “компетентність”, “мотивація”, “креативна організація”;– сутність існуючих концепцій і теорій креативних організацій;– особливості персоналу в системі креативного менеджменту;– ознаки і складові креативності в бізнесі;– сутність мотиваційного процесу в креативному менеджменті;– сучасні концепції управління знаннями та інтелектуальним капіталом;– процеси формування креативного середовища на підприємстві;– соціально-психологічні особливості творчого колективу;– принципи та етапи формування творчого колективу;– чинники впливу на підвищення креативності;– інформаційне забезпечення системи креативного менеджменту;– правове забезпечення креативного менеджменту;– особливості функціонування креативних організацій. <p>вміти:</p>



	<ul style="list-style-type: none">– визначати внутрішні бар'єри, що перешкоджають прояву творчого потенціалу людини;– застосовувати методи та евристичні прийоми активізації творчого мислення;– складати схеми прийняття рішень в інноваційному процесі;– формувати загальну модель створення команди;– оцінювати результати творчої діяльності організації;– визначати типи мислення за типологічними методиками; застосовувати методи управління креативністю.
Структура навантаження на здобувача	Кількість лекційних годин – 40 год Кількість практичних занять – 12 год. Кількість семінарських занять – 12 год Кількість годин для самостійної роботи – 56 год. Форма підсумкового контролю – залік
Зміст дисципліни	<p>Змістовий модуль 1. Основи креативного менеджменту</p> <p>Тема 1. Сутність креативного менеджменту Суть та місце креативного менеджменту в систему управління підприємством. Методологія креативного менеджменту. Актуальність запровадження креативного менеджменту</p> <p>Тема 2. Формування креативної особистості Сутність творчості та креативності. Творчий потенціал особистості. Риси креативної особистості. Мислення у дослідницькій та управлінській діяльності. Види творчого мислення. Зв'язок креативності з інтелектом.</p> <p>Тема 3. Форми виявлення, способи розвитку і використання творчого потенціалу особистості Характеристика креативного процесу. Методи активізації творчого мислення. Теорія вирішення винахідницьких задач. Нейролінгвістичне програмування. Технологія розвитку креативності. Класифікація типових прийомів пошуку рішень. Механізм творчого акту.</p> <p>Змістовий модуль 2. Процеси формування та управління креативною організацією</p> <p>Тема 4. Менеджер креативного типу Основні риси та критерії менеджера креативного типу. Формування потенціалу менеджера креативного типу. Роль менеджера у створенні організації, що самонавчається.</p> <p>Тема 5. Формування креативного середовища на підприємстві Процес активізації творчої праці на підприємстві. Стили керівництва і формування інноваційної культури на підприємстві. Управління знаннями на підприємстві. Методи виявлення проблем та їх аналіз.</p> <p>Тема 6. Управління креативністю Створення креативної організації. Суть, види та способи формування креативних команд. Управління розробкою креативних рішень на підприємстві. Управління креативним потенціалом підприємства</p> <p>Тема 7. Мотивування творчості Мотиваційний механізм інноваційної діяльності. Творчий підхід керівника до мотивації працівників. Методи стимулювання творчої активності персоналу підприємства</p> <p>Тема 8. Діагностика системи креативного менеджменту. Оцінка</p>



	творчого потенціалу працівника. Методичні підходи до формування і оцінки рівня інтелектуального капіталу підприємства.
Рекомендована література	<p style="text-align: center;">РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА</p> <p>Основна:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Божидарник Т. В. Василик Н. М. Креативний менеджмент: навчальний посібник. Херсон, ОЛДІ-ПЛЮС. 2014. 498 с. URL: http://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/2018/Bozhidar_Kreat_maned_2014_498.pdf2. Довгань Л. Є., Ситник Н. І. Креативний менеджмент: Навчальний посібник. Київ.: НТУУ «КПІ», 2014. 248 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/32133/1/Dovgan_Sytyni_%20Kreat_man-t.pdf3. Креативний менеджмент: підруч. [для вивч. Дисципліни студ. денної та заочної форм навч. екон. спец.] / проф., д. е. н. В. Я. Брич, к. іст. н. М. М. Корман. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 220 с. URL: https://kmaecm.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/brych-v.ya.-korman-m.m.-2018-kreatyvnyj-menedzhment.pdf <p>Додаткова:</p> <ol style="list-style-type: none">4. Окорський В. П, А. М. Вальох А. М. Креативний менеджмент: Підручник. Рівне : НУВГП, 2017. 344 с. URL: http://surl.li/educr5. Креативний менеджмент. Конспект лекцій. Укладач: Калюжна О. В. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5010/1/Kreatyvnyy%20menedzhment.pdf <p>Інтернет-ресурси:</p> <ol style="list-style-type: none">8. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: http://www.me.gov.ua9. Законодавство України. URL: http://www.zakon.rada.gov.ua
Види занять, методи і форми навчання	Форми організації освітнього процесу: лекції, практичні заняття, семінари, дослідницькі роботи, індивідуальні завдання, самостійна робота, консультації зі викладачами, участь у наукових конференціях, екскурсії, дистанційне навчання. Освітні технології: традиційні, інтерактивні, інформаційно-комунікативні, проектного навчання.
Пререквізити	Дисципліни «Економіка підприємства, «Основи організації підприємницької діяльності», «Економіка та управління інноваційною діяльністю», «Менеджмент», «Управління операційною діяльністю та основи логістики»
Постреквізити	Дисципліни «Планування діяльності підприємства», «Економіка та управління інноваційною діяльністю», «Фінансове забезпечення підприємницької діяльності, «Економічний аналіз». Здійснення професійної діяльності
Критерії оцінювання	<p>Критерії оцінювання:</p> <p>Оцінка «відмінно» виставляється, якщо здобувач освіти у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно й аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань завдань, використовуючи різноманітні джерела знань, систематично поповнює знання, вміє застосовувати їх при вирішенні професійних питань. Уміє доводити власну думку, відстоювати свої висновки, вільно послуговується науковою</p>



	<p>термінологією, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки.</p> <p>Оцінка «добре» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, потребує допомоги викладача при виборі напряму відповіді та допускає незначні помилки, неточну аргументацію. Оцінювання подій, ситуацій, досягнень більш інтуїтивне, ніж наукове. Вміє логічно мислити, але має незначні труднощі при самостійному виконанні економічних розрахунків. розв'язує задачі стандартним способом, послуговується науковою термінологією, але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.</p> <p>Оцінка «задовільно» виставляється, якщо здобувач освіти відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, однак нездатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки. Мова спрощена, оцінювання ситуацій лише інтуїтивне, викладач постійно коректує відповідь здобувача.</p> <p>Оцінка «незадовільно» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо не володіє навчальним матеріалом, однак фрагментарно, поверхово (без аргументації й обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань. Не може виконати економічні розрахунки, проаналізувати ситуаційне завдання.</p>
Політика курсу	<p>Курс передбачає індивідуальну та групову роботу.</p> <p>Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</p> <p>Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача.</p> <p>Під час роботи над індивідуальними завданнями та проектами не допустимо порушення академічної доброчесності.</p>



ВИБІРКОВІ ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ТРЕТЬОГО КУРСУ, 2-ГО СЕМЕСТРУ

1 БІЗНЕС-КУРС АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

	<p style="text-align: center;">СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</p> <p style="text-align: center;">БІЗНЕС-КУРС АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ</p> <p>Освітньо-професійна програма: Економіка та організація підприємницької діяльності Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Галузь знань: 07 Управління та адміністрування</p>
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний/освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Вибірковий компонент
Семестр	6
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/ загальна кількість годин)	6 кредитів ECTS / 180 годин
Циклова комісія	Циклова комісія філологічних дисциплін, фізичної культури та захисту України
Мова викладання	Англійська, українська
Мета навчальної дисципліни	<p>Метою вивчення навчальної дисципліни «Бізнес-курс англійської мови» є формування системи знань зі специфіки іноземної мови за професійним спрямуванням, фахової термінології, ділової та економічної направленості, підвищення – рівня загальномовної підготовки, мовної грамотності, комунікативної компетентності здобувачів освіти, практичне оволодіння основами офіційно-ділового, наукового, розмовного стилів англійської мови, що забезпечить професійне спілкування на належному мовному рівні, формування необхідної комунікативної спроможності в сферах професійного та ситуативного спілкування в усній і письмовій формах, оволодіння новітньою фаховою інформацією через іноземні джерела.</p>
Предмет і завдання дисципліни	<p>Основними завданнями дисципліни є: розширення словникового запасу, сформуванню мовної компетенції майбутніх фахівців, закріплення знань з граматики, оволодіння правильною вимовою, вільно володіти всіма існуючими в іноземній мові граматичними структурами, формування у майбутніх фахівців умінь та розвиток навичок практичного володіння лексикою і мовленням в різних видах мовленнєвої діяльності у сфері професійної діяльності.</p>

<p>Заплановані результати навчання</p>	<p>Програмні результати навчання (РН): РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності. РН 12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p>
<p>Заплановані знання та вміння</p>	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової передвищої освіти повинен володіти такими компетентностями: ЗК 5. Здатність спілкуватися іноземною мовою. СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>У результаті вивчення дисципліни здобувачі освіти повинні знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мову професії, термінологію свого фаху, джерела поповнення лексики сучасної англійської мови. - основну термінологію сфери ділового та економічного спілкування; - мовні кліше, характерні для ділової кореспонденції, - правила заповнення економічних документів; - основні правила роботи з науково-технічною та економічною літературою; - основні слова, вирази, мовні зразки для вільного повсякденного спілкування ; - основні граматичні явища, співвідношення їх форми зі значенням.; <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сприймати монологічну та діалогічну мову на слух; - брати участь у бесіді; - виступати з повідомленнями з питань, пов'язаних зі повсякденними ситуаціями, спеціальністю; - висловлювати свої думки щодо своїх професійних інтересів; - приймати участь у взаємному обміні інформацією в професійному оточенні; - читати з повним та точним розумінням змісту в межах тематики, яку передбачає програма; - передавати в усній та письмовій формах здобуту при читанні інформацію на рідній та іноземній мовах. - розуміти на слух монологічну і діалогічну мови
<p>Структура навантаження на здобувача освіти</p>	<p>Кількість практичних занять – 98 год. Кількість годин для самостійної роботи – 82 год. Форма підсумкового контролю – залік</p>
<p>Зміст дисципліни</p>	<p>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ЩО ТАКЕ ЕКОНОМІКА? Тема 1. Що таке економіка? Мікроекономіка та макроекономіка. Тема 2. Приватна власність. Прибуток. Тема 3. Капітал. Заробітна плата. Тема 4. Основні економічні питання.</p> <p>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПОПИТ, ПОСТАЧАННЯ ТА РИНКОВІ ЦІНИ Тема 5. Американська економічна система. Приватна власність. Прибутки.</p>



	<p>Тема 6. ЕВІТ. ЕВІТДА. Валовий національний продукт .</p> <p>Тема 7. Попит, пропозиція та ринкова ціна. Закон попиту.</p> <p>Тема 8. Еластичний та нееластичний попит. Вплив попиту та пропозиції на ринок .</p> <p>Тема 9. Ринкова ціна. Раціональний вплив цін на ринкову економіку. Умови ринку.</p> <p style="text-align: center;">ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. СПОЖИВАЧ У ЕКОНОМІЦІ</p> <p>Тема 10. Споживач у економіці. Бюджет, дефіцит бюджету та надлишок у бюджеті .</p> <p>Тема 11. Норма прибутку. Ліквідність.</p> <p style="text-align: center;">ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4. ЗАПОЧАТКУВАННЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ</p> <p>Тема 12. Як розпочати власний бізнес. Причини для започаткування власного бізнесу.</p> <p>Тема 13. Малий бізнес. Проблеми малого бізнесу.</p> <p>Тема 14. Акціонерне товариство. Переваги та недоліки партнерства. Корпорації. Одноосібне підприємство.</p> <p style="text-align: center;">ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5. ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ. ВИРОБНИЦТВО ТА МАРКЕТИНГ</p> <p>Тема 15. Фінансування бізнесу. Короткострокові та довгострокові бізнесові позики.</p> <p>Тема 16. Спільні фонди. Акції. Виробництво та маркетинг. Рівень життя.</p> <p>Тема 17. Як конкурують фірми? Домовленість, об'єднання, торгова марка.</p> <p style="text-align: center;">ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6. ГРОШІ. ФІСКАЛЬНА ТА ГРОШОВА ПОЛІТИКИ</p> <p>Тема 18. Гроші (стабільність, портативність, міцність).</p> <p>Тема 19. Функції грошей. Економічна стабільність.</p> <p>Тема 20. Фіскальна та грошова політики.</p>
Рекомендована література	<p>Основна:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Шпак В.К., Мустафа О.О. Англійська мова для економістів та бізнесменів: Підручник. Київ.: Вища школа, 2006. 223 с.2. Сніцар І.В., Пасічник О.С., Школяр Н.В. English for business communication. Англійська мова для ділового спілкування. Методичні вказівки з розвитку усного і писемного мовлення. Для студентів усіх спеціальностей. Хмельницький: ХНУ, 2013. 83 с.3. Іноземна мова професійного спрямування. Англійська мова для фахівців з міжнародної економіки : підручник / Н. В. Мукан та ін. Львів : Львівська політехніка, 2012. 316 с. <p>Додаткова:</p> <ol style="list-style-type: none">4. Arthur Mckeown, Ros Wright Management. Professional English in Use. – Cambridge University Press, 20115. Virginia Evans, Jenny Dooley, Craig Vickers Career Paths: Sales & Marketing Student's Book6. Virginia Evans, Jenny Dooley, Craig Vickers Career Career Paths: Banking Student's Book



	<p>7. Virginia Evans, Jenny Dooley, Craig Vickers Career Paths: Business English Student's Book</p> <p>8. Латигіна А. Г. Англійська мова у світі міжнародного бізнесу : підруч. Київ : КНТЕУ, 2011. 250 с.</p> <p>9. Турчин Д. Б. Англійська мова для міжнародних відносин : навч. посіб. 3-тє вид., переробл. та допов. Вінниця : Нова Книга, 2018. 256 с.</p> <p>Інтернет-ресурси:</p> <p>10. https://learnenglish.britishcouncil.org/</p> <p>11. https://learnenglish.britishcouncil.org/business-english</p> <p>12. http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/19544/1/Business%20English.pdf</p> <p>13. https://arts-sciences.buffalo.edu/economics/about/what-is-economics.html</p> <p>14. https://www.researchgate.net/publication/372187363_English_for_Economics</p>
Види занять, методи і форми навчання	<p>Форми організації освітнього процесу: практичні заняття, самостійна робота, консультації з викладачами, дистанційне навчання.</p> <p>Навчальна дисципліна «Бізнес-курс англійської мови» є ресурсом поповнення професійних знань, а також формування і розвитку комунікативних умінь і навичок. Тому необхідно спрямовувати навчання здобувачів освіти на формування професійної іншомовної комунікативної компетентності. Ефективними методами формування цієї компетентності є інтерактивні технології навчання іноземної мови. До інтерактивних методів та технологій навчання, які використовуються при викладанні даної дисципліни, належать кейс-метод, мозкова атака, метод проєктів, дискусії (у формі «круглого столу», «панельної дискусії» тощо), рольові ігри, робота в парах та невеликих групах і т.д.</p> <p>Освітні технології: традиційні, інтерактивні, інформаційно-комунікативні.</p>
Пререквізити	Дисципліни: «Економіка підприємства», «Економічна теорія», «Основи організації підприємницької діяльності», «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Бухгалтерський облік», «Економіка та управління інноваційною діяльністю»
Постреквізити	Здійснення професійної діяльності.
Критерії оцінювання	<p>Критерії оцінювання:</p> <p>Оцінка «відмінно». Здобувач освіти вільно володіє програмним матеріалом, виявляє здібності, дає повні вичерпні відповіді на них, робить глибокі висновки та показує вміння користуватися підручником, доповіддю. Вміє використовувати різноманітні джерела знань, систематично поповнює знання, вміє застосовувати знання при вирішенні професійних питань. Виконав всі види необхідних завдань.</p> <p>Оцінка «добре». Здобувач освіти добре володіє вивченим матеріалом у стандартних ситуаціях, наводить приклади його практичного застосування та аргументи на підтвердження</p>



	<p>власних думок, але має незначні ускладнення при відповіді, потребує допомоги викладача при виборі напряму відповіді та допускає незначні помилки. Виконав необхідні завдання, але є помилки і неточності.</p> <p>Оцінка «задовільно». Здобувач освіти користується лише окремим знаннями дисципліни. Викладач постійно коректує відповідь здобувача освіти. Здобувач освіти може зі сторонньою допомогою перекладати тексти, виправляти допущені помилки (власні, інших здобувачів освіти), виявляє елементарні знання з основних тем, але допускає помилки та неточності під час викладу матеріалу. Виконав переважну частину всіх необхідних завдань, є помилки і неточності.</p> <p>Оцінка «незадовільно». Здобувач освіти за допомогою викладача перекладає окремі слова та словосполучення, не розкриває суті завдання, не може його практично висловити думку. Не виконав необхідні завдання.</p>
Політика курсу	<p>Курс передбачає індивідуальну та групову роботу.</p> <p>Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</p> <p>Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними завданнями та проектами не допустимо порушення академічної доброчесності.</p>



2 СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

	<p style="text-align: center;">СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</p> <p style="text-align: center;">СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА</p> <p>Освітньо-професійна програма: Економіка та організація підприємницької діяльності Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Галузь знань: 07 Управління та адміністрування</p>
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний /освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Вибірковий компонент
Семестр	6
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/ загальна кількість годин)	6 кредити ЄКТС/ 180 годин
Циклова комісія	Циклова комісія економіки та підприємництва
Мова викладання	Українська
Мета навчальної дисципліни	<p>Метою навчальної дисципліни «Стратегія підприємництва» є: формування у здобувачів освіти систематизованих теоретичних знань і практичних навичок стратегічного мислення для вирішення завдань ефективного функціонування ринкових структур і механізмів взаємодії суб'єктів економічної діяльності.</p>
Предмет і завдання дисципліни	<p>Предметом вивчення навчальної дисципліни «Стратегія підприємництва» є процес розробки стратегії підприємства для забезпечення ефективного функціонування в ринковій системі</p> <p>Основними завданнями є опанування загальних питань опрацювання моделі стратегічної поведінки суб'єктів господарювання на ринку; освоєння інструментарію розроблення стратегій підприємства і вибору стратегічних альтернатив; розвиток навичок стратегічного мислення та практичного застосування методологічного апарату дисципліни; оволодіння навичками обґрунтування розв'язання стратегічних проблем.</p>



Заплановані результати навчання	Програмні результати навчання (РН): РН 2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності із професійною метою. РН 5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності. РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети. РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання у практичній діяльності. РН 8. Володіти методами й інструментарієм для підготовки проєктів управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур. РН 9. Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності. РН 12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур. РН 17. Визначати основні показники діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур для забезпечення їх ефективності РН 19. Демонструвати вміння бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та аналізу результатів діяльності підприємницьких структур. РН 20. Виявляти проблеми економічного характеру та спрямовувати дії на розв'язання непередбачуваних задач і проблем у сфері економіки, маркетингу, обліку, аналізу та оподаткування.
Заплановані знання та вміння	У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової передвищої освіти повинен володіти такими компетентностями: ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства. СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур. СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур. СФК 1. Здатність проводити планові розрахунки для функціональних підсистем підприємств, організацій та установ, здійснювати аналіз та оцінку результатів їх діяльності. СФК 2. Здатність до підготовки економічної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень у сферах планування, матеріально-технічного постачання, ціноутворення, збуту. СФК 5. Здатність до підтримки належного рівня економічних знань та постійного підвищення своєї професійної підготовки. У результаті вивчення дисципліни здобувачі повинні знати: - теоретико-методологічні основи розробки стратегії підприємства;



	<ul style="list-style-type: none">- найбільш розповсюджені стратегії бізнесу;- порядок формування корпоративної стратегії підприємства, вибір альтернативних варіантів, функціональних стратегій. <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none">- оцінювати зовнішнє середовище прямого і непрямого впливу;- оцінювати стратегічний потенціал підприємства;- оцінювати і порівнювати альтернативні варіанти стратегій за виробленими критеріями;- здійснювати контроль за процесами реалізації функціональних стратегій
Структура навантаження на здобувача	Кількість лекційних годин – 42 год Кількість практичних занять – 40 год. Кількість семінарських занять – 16 год Кількість годин для самостійної роботи – 82 год. Форма підсумкового контролю – залік
Зміст дисципліни	<p>Змістовий модуль 1. Стратегія підприємства, основні етапи її розробки</p> <p>Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції Сутність стратегії підприємства та стратегічного плану. Поняття "стратегії". Множинність аспектів вживання категорії "стратегія". Визначення стратегії підприємства різними авторами. Фактори, що найбільш суттєво впливають на зміст стратегії підприємства. Стратегічний план як інструмент реалізації стратегії підприємства. Структура стратегічного плану. Процес розробки стратегії підприємства.</p> <p>Тема 2. Місія та цілі підприємства Суть та значення місії для підприємства. Бачення та філософія функціонування підприємства. Інформація, що міститься в офіційному викладенні місії. Правила вибору місії підприємства. Класифікація та ранжування цілей підприємства. "Дерево цілей" підприємства. Стратегічна прогалина як проблема підприємства. Напрями заповнення стратегічної прогалини. Основні етапи аналізу стратегічної прогалини.</p> <p>Тема 3. Стратегічний контекст підприємства Трансформаційні процеси в економіці України. Необхідність переходу вітчизняних підприємств до стратегічного управління як реакція на зміни умов їх функціонування. Конкурентні переваги як головний чинник успішної діяльності підприємства. Базові моделі організацій. Модель підприємства як відкритої системи. Необхідність формування стратегічного мислення менеджерів підприємства.</p> <p>Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства Сутність, мета і напрями стратегічного аналізу. Етапи стратегічного аналізу. Сутність та основні характеристики середовища підприємства (зовнішнє середовище прямого та побічного впливу, внутрішнє середовище). Фактори зовнішнього середовища побічного впливу: політичні, економічні, соціальні, правові та ін. Оцінка оточення підприємства за допомогою різних інструментів (PEST-аналіз, SLEPT-аналіз, матриця ризиків). Оцінювання зовнішнього середовища прямого впливу. Модель "галузевої конкуренції" М. Портера. Бар'єри входу та виходу. Характеристика основних елементів прямого впливу на</p>



підприємство: інтенсивність конкуренції в галузі, потенційні конкуренти, конкурентна сила постачальників та споживачів, товари-субститути. Стратегічні групи конкурентів.

Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства

Потенціал підприємства, методичні підходи до його оцінки. Системний підхід до аналізу внутрішнього середовища. Стратегічний потенціал підприємства. Управлінський потенціал, його значення. Організаційна культура підприємства, її роль у процесі розробки та реалізації стратегічних рішень.

Визначення конкурентоспроможності підприємства. Конкурентні переваги підприємства (зовнішні та внутрішні, низького та вищого порядку). Конкурентоспроможність підприємства і продукції. Аналіз конкурентних переваг продукції підприємства з позиції забезпечення споживчої цінності товару. Матриця конкурентного профілю.

SWOT-аналіз, основні етапи. Загальні характеристики сильних та слабких сторін підприємства. Можливості та загрози, що використовуються в SWOT-аналізі. Форми проведення SWOT-аналізу.

Тема 6. Стратегії бізнесу

«Стратегічний набір» підприємства, його складові. Вимоги до стратегічного набору. Обґрунтований стратегічний набір підприємства. Розробка стратегічного набору підприємства. Ієрархія стратегій.

Класифікація загальних стратегій підприємства (зростання, стабілізація, скорочення) та способів їх реалізації. Характеристика стратегій зростання. Стратегія виживання для підприємств України. Види стратегії скорочення. Комплексна стратегія. Зв'язок вибору стратегії з етапом життєвого циклу підприємства. Стратегії підтримки.

Функціональні стратегії підприємства, їх типи. Ресурсні стратегії. Визначення зони стратегічних ресурсів. Продуктові стратегії. Ринкові та виробничі критерії вибору продуктових стратегій. Визначення стратегічної зони господарювання. Портфельно-орієнтований підхід. Концепція синергізму.

Змістовий модуль 2. Види стратегій підприємства, умови їх застосування

Тема 7. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства

Передумови впровадження стратегії диверсифікації і форми входження підприємства у нові галузі. Переваги і ризики вузькоспеціалізованих підприємств. Умови доцільності переходу підприємства до диверсифікації. Критерії оцінки диверсифікації. Сутність поглинання вже існуючої фірми. Чинники доцільності створення нового підприємства у обраній галузі. Переваги та недоліки створення спільних підприємств для входження до галузі.

Види диверсифікації. Диверсифікація у споріднені галузі. Стратегічна відповідність (ринкова, виробнича, управлінська відповідність). Основні шляхи профільної диверсифікації. Диверсифікація у неспоріднені галузі. Критерії вибору підприємства-кандидата для диверсифікації. Переваги та недоліки стратегії непрофільної диверсифікації.

Тема 8. Стратегія зовнішнього розвитку підприємства

Стратегії зовнішнього розвитку. Можливості зростання підприємства у межах галузі. Стратегії горизонтальної та вертикальної інтеграції, умови їх застосування, переваги та недоліки. Використання стратегії диверсифікації як можливості зовнішнього зростання. Стратегії підприємства на зовнішніх ринках.

Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства

Сутність корпоративної стратегії, її особливості. Відмінності корпоративної стратегії від стратегії монопродуктового підприємства. Види управлінської діяльності на рівні корпорації. Основні чинники забезпечення корпоративної стратегії. Головні напрями корпоративної стратегії.

Основні стратегії диверсифікованого підприємства: стратегії згорання і ліквідації; стратегії реструктурування, відновлення та економії; стратегії багатонаціональної диверсифікації, комбіновані стратегії.

Тема 10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства

Матриця Бостонської консультативної групи. Методи «портфельного» аналізу. Сутність матриці господарського портфелю підприємства. Матриця БКГ – особливості побудови. Специфіка чотирьох квадрантів матриці. Основні недоліки матриці БКГ та обмеження, які необхідно враховувати при використанні цієї моделі.

Матриця General Electric. Особливості побудови матриці General Electric. Переваги та основні недоліки матриці General Electric та обмеження, які необхідно враховувати при використанні цієї моделі.

Матриця балансу "життєвих циклів" продуктів (ADL-LC). Концепція моделі ADL-LC та особливості побудови матриці. Основні недоліки матриці БКГ та обмеження. Переваги та недоліки матричних моделей.

Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі

Альтернативні стратегії зростання. Загальні стратегії зростання: стратегії інтенсивного, інтегрованого і диверсифікованого зростання. Критерії оцінки стратегічних альтернатив. Метод адаптивного пошуку стратегій І. Ансоффа. Модель класифікації продукції та ринків залежно від ступеня невизначеності перспектив.

Характеристика загальноконкурентних стратегій (лідировання за зниженням витрат, диференціація, фокусування, оптимальні витрати). Ризики застосування різних типів конкурентних стратегій. Аналіз прихильності споживачів до підприємства для оцінки його конкурентної позиції.

Тема 12. Декомпонування корпоративної стратегії

Стратегічна піраміда корпорації. Чотири рівні розробки корпоративної стратегії. Стратегічні дії на кожному рівні ієрархії. Ділова стратегія. Функціональна стратегія. Операційна стратегія. Додержання принципів декомпозиції в процесі побудови стратегічної піраміди. Схеми корпоративного планування.



	<p>Корпоративна стратегія як система стратегій. Побудова корпоративної стратегії на основі виділення ключової стратегії підсистеми. Корпоративна стратегія як сукупність стратегій окремих видів бізнесу. Функціональний підхід до формування корпоративної стратегії. Етапи розробки корпоративної стратегії.</p> <p>Тема 13. Загальна характеристика функціональної стратегії</p> <p>Сутність функціональної стратегії. Функціональний підхід до управління підприємством. Сутність та система функцій управління на підприємстві. Специфічні та загальні характеристики функціональних служб (функцій управління). Функціональна стратегія та характеристики, що дозволяють її ідентифікувати. Чинники, що впливають на функціональні стратегії підприємства. Елементи функціональної стратегії.</p> <p>Система функціональних стратегій та її місце у стратегічному наборі підприємства. Місце функціональних стратегій у стратегічному наборі підприємства. Зв'язок функціональних стратегій із загальною стратегією підприємства. Взаємоузгодження цілей і функціональних стратегій. Можливість змін в елементах стратегічного управління підприємства. Взаємозв'язок основних функціональних стратегій розвитку підприємства.</p> <p>Тема 14. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства.</p> <p>Особливості розробки та забезпечення функціональних стратегій. «Стратегічний набір» функціональної стратегії. Ресурсні та продуктові стратегії функціонального розвитку підприємств та їх особливості у централізованих та децентралізованих організаційних структурах.</p> <p>Види та зміст типових функціональних стратегій: зміст та структура стратегії маркетингу, види стратегії маркетингу; зміст та структура виробничої стратегії, аспекти виробничої стратегії; зміст та структура стратегії НДДКР; зміст та структура технологічної стратегії; зміст та структура фінансово-інвестиційної стратегії; зміст та структура кадрової стратегії; зміст та структура стратегії організаційних змін підприємства.</p> <p>Тема 15. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні</p> <p>Сучасний стан стратегічного управління на вітчизняних підприємствах. Призначення стратегічного управління, його особливості. Прояви відсутності стратегічної спрямованості на підприємствах. Етапи становлення системи стратегічного управління. Особливості перспективного планування на вітчизняних підприємствах. Формування системи стратегічного управління.</p> <p>Сутність терміну "система стратегічного управління". Чинники, що впливають на формування системи стратегічного управління. Визначальне значення діючої системи управління. Формування необхідного управлінського потенціалу. Принципи стратегічного управління. Концепція узгодження процесів нарощування стратегічного потенціалу підприємства і реалізації стратегії.</p>
Рекомендована література	Основна: 1. Сасенко М. Г. Стратегія підприємства: Підручник. Тернопіль: «Економічна думка». 2006. 390 с. URL : http://dspace.wunu.edu.ua



	<p>/bitstream/316497/486/1/saenko_strateg_pidpr.pdf</p> <p>2. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління. Навч. посіб. 2ге вид. Київ.: Центр учбової літератури, 2011. 440 с. URL : https://dut.edu.ua/uploads/1_1233_45082245.pdf</p> <p>3. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент: підручник. МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Кременч. льот. коледж. Харків : ХНУВС, 2021. 208 с. URL : https://library.krok.edu.ua/media/library/category/pidruchniki/sumets_0004.pdf</p> <p>4. Краснокутська Н. С. Стратегічне управління: навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей. Харків: НТУ «ХП», 2017. 460 с. URL : http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/37815/1/Book_2017_Krasnokutska_Stratehichne_upravlinnia.pdf</p> <p>Додаткова:</p> <p>5. Строкович Г.В. Стратегія підприємства: навч. посіб. для вищих навч. закладів. Нар. укр. акад. [каф. Економіки підприємства]. Харків. : Вид-во НУА, 2011. 180 с. URL : http://arkhiv.nua.kharkov.ua/images/stories/Kafedri/Kaf_Ekonomiki_Predpriyatiya/metod_obespec henie/Strokovich/Cstrategiy_predoriyiy_Metodichca.pdf</p> <p>6. Стратегія підприємства: конспект лекцій / укладачі: І. Б. Дегтярєва, М. О. Харченко. Суми : Сумський державний університет, 2016. 80 с. URL : https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/45384/1/Dehtiarova_stratehiia.pdf;jsessionid=04DF69FCA0E8990341370302576E8D61</p> <p>Інтернет-ресурси:</p> <p>7. Офіційний сайт урядового порталу Кабінету Міністрів України. URL: www.kmu.gov.ua.</p> <p>8. Офіційний сайт Національного банку України. URL: www.bank.gov.ua.</p> <p>9. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: www.me.gov.ua.</p> <p>10. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: www.minfin.gov.ua.</p> <p>11. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: http://www.me.gov.ua</p> <p>12. Офіційний сайт Українського центру економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова. URL: www.uceps.org.</p> <p>13. Офіційний сайт інституту глобальних стратегій. URL: www.igls.com.ua.</p> <p>14. Шершньова З. Є. Підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ.: КНЕУ, 2004. 699 с. https://buklib.net/books/21968/</p>
Види занять, методи і форми навчання	Форми організації освітнього процесу: лекції, практичні заняття, семінари, дослідницькі роботи, самостійна робота, консультації зі викладачами, участь у наукових конференціях, екскурсії, дистанційне навчання, курсове проектування. Освітні технології: традиційні, інтерактивні, інформаційно-комунікативні, проектного навчання.
Пререквізити	«Економічна теорія», «Економіка підприємства», «Основи статистики та аналізу даних», «Основи організації підприємницької діяльності», «Основи маркетингу», «Управління операційною діяльністю та основи логістики», «Економіка та управління



	інноваційною діяльністю», «Менеджмент», «Фінансове забезпечення підприємницької діяльності», «Правове регулювання та оподаткування підприємницької діяльності», «Планування діяльності підприємства»
Постреквізити	Дисципліни «Електронна комерція», «Економічний аналіз», «Фінансове забезпечення підприємницької діяльності», «Правове регулювання та оподаткування підприємницької діяльності». Технологічна практика. Здійснення професійної діяльності.
Критерії оцінювання	Критерії оцінювання: Відмінно – здобувач освіти вільно і творчо володіє матеріалом, визначеним програмою, має діалектичне мислення, аргументовано, науково аналізує економічні проблеми, на достатньому рівні проводить всі розрахунки, об'єктивно оцінює ринкову ситуацію та її вплив на діяльність підприємства. Вміє використовувати різноманітні джерела знань, систематично поповнює знання, вміє застосовувати знання при вирішенні професійних питань. Уміє доводити власну думку, відстоювати свої висновки. Приймав участь у семінарах, виконав необхідні практичні і тестові завдання. Добре – здобувач освіти добре володіє матеріалом, але має незначні ускладнення при відповіді, потребує допомоги викладача при виборі напряму відповіді та допускає незначні помилки, неточну аргументацію. Оцінювання подій, ситуацій, досягнень більш інтуїтивне, ніж наукове. Вміє логічно мислити, але має незначні труднощі при самостійному виконанні економічних розрахунків. Приймав участь у семінарах, виконав необхідні практичні і тестові завдання. Задовільно – здобувач освіти користується лише окремим знаннями дисципліни, порушує логіку відповіді, відповідь недостатньо самостійна, допускає суттєві помилки у відповідях та поясненнях питань. Мова спрощена, оцінювання ситуацій лише інтуїтивне, викладач постійно коректує відповідь здобувача. Здобувач освіти не завжди може самостійно знайти докази і обрати правильне рішення. Допускає помилки в економічних розрахунках. Виконав необхідні практичні і тестові завдання. Незадовільно – здобувач освіти не володіє знаннями та практичними навичками дисципліни. Не може виконати економічні розрахунки, проаналізувати ситуацію. Не виконав необхідні практичні і тестові завдання.
Політика курсу	Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності.



3 УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

	<p style="text-align: center;">СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</p> <p style="text-align: center;">УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ</p> <p>Освітньо-професійна програма: Економіка та організація підприємницької діяльності Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Галузь знань: 07 Управління та адміністрування</p>
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний /освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Вибірковий компонент
Семестр	6
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/ загальна кількість годин)	6 кредитів ЄКТС/ 180 годин
Циклова комісія	Циклова комісія економіки та підприємництва
Мова викладання	Українська
Мета навчальної дисципліни	<p>Метою викладання дисципліни є набуття теоретичних знань та відпрацювання практичних навичок формування витрат за видами, центрами відповідальності та носіями для мінімізації їх рівня та обґрунтування оптимальних господарських рішень.</p>
Предмет і завдання дисципліни	<p>Предметом вивчення дисципліни «Управління витратами» є процес цілеспрямованого формування витрат за їх видами, місцями та носіями для постійного контролю рівня витрачання ресурсів і стимулювання економії.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни «Управління витратами» є:</p> <ul style="list-style-type: none">- надання системи знань щодо методології і методики формування витрат на підприємствах;- формування знань і вмій для комплексного оцінювання системи управління витратами на підприємстві;- формування у студентів навичок щодо обчислення собівартості окремих виробів при використанні різноманітних прийомів і методів.- розвиток аналітичного мислення, творчого використання теоретичних знань.



Заплановані результати навчання	Програмні результати навчання (РН): РН 2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності із професійною метою. РН 5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності. РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети. РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання у практичній діяльності. РН 8. Володіти методами й інструментарієм для підготовки проєктів управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур. РН 9. Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності. РН 12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур. РН 17. Визначати основні показники діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур для забезпечення їх ефективності РН 20. Виявляти проблеми економічного характеру та спрямовувати дії на розв'язання непередбачуваних задач і проблем у сфері економіки, маркетингу, обліку, аналізу та оподаткування.
Заплановані знання та вміння	У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової передвищої освіти повинен володіти такими компетентностями: ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства. СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур. СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур. СФК 1. Здатність проводити планові розрахунки для функціональних підсистем підприємств, організацій та установ, здійснювати аналіз та оцінку результатів їх діяльності. СФК 2. Здатність до підготовки економічної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень у сферах планування, матеріально-технічного постачання, ціноутворення, збуту. СФК 5. Здатність до підтримки належного рівня економічних знань та постійного підвищення своєї професійної підготовки. У результаті вивчення дисципліни здобувачі освіти повинні знати: - загальну характеристику витрат та системи управління витратами; - методiku формування витрат за місцями і центрами відповідальності; - методичні основи обчислення собівартості окремих виробів; - методiku контролю витрат;



	<ul style="list-style-type: none">- методику операційного аналізу за допомогою системи «витрати-випуск-прибуток»;- підходи до оптимізації операційної системи підприємства за критерієм витрат. <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none">- виявляти фактори, що зумовлюють рівень витрат;- оцінювати систему управління витратами;- виявляти витрати за місцями і центрами відповідальності;- розраховувати собівартість окремих виробів;- здійснювати контроль витрат;- аналізувати систему «витрати—випуск—прибуток»;- оптимізувати операційну систему підприємства.
Структура навантаження на здобувача	Кількість лекційних годин – 42 год Кількість практичних занять – 50 год. Кількість семінарських занять – 6 год Кількість годин для самостійної роботи – 82 год. Форма підсумкового контролю – залік
Зміст дисципліни	<p>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи управління витратами</p> <p>Тема 1. Загальна характеристика витрат</p> <p>Поняття «витрати». Витрати як процес формування і використання ресурсів. Різновиди витрат. Витрати у натуральному і грошовому вимірі. Грошові видатки і витрати, що формують вартість продукції. Витрати і собівартість продукції. Класифікація витрат і її практичне значення. Різноманітність витрат і їх групування за певними ознаками. Сумарні витрати підприємства і витрати на одиницю продукції. Середні та граничні (маржинальні) витрати. Прямі та непрямі витрати. Змінні та постійні витрати, їх різновиди, методи їх розмежування. Регульовані та нерегульовані витрати для певного рівня управління. Явні та неявні (альтернативні) витрати. Практичне застосування класифікації витрат у прийнятті господарських рішень.</p> <p>Структура витрат і фактори, що її визначають. Напрями визначення структури витрат та їх практичне значення. Видова (елементна) структура витрат, її особливості в різних галузях економіки. Вплив співвідношення прямих і непрямих витрат на точність калькулювання. Структура витрат залежно від їх реакції на масштаби ділової активності, використання її для обґрунтування підприємницьких рішень. Зміна структури витрат під впливом технічних, організаційних, економічних факторів.</p> <p>Поведінка витрат в короткостроковому та довгостроковому періоді. Функція витрат. Методи побудови функції витрат. Вплив виробничого навчання і досвіду на рівень витрат.</p> <p>Тема 2. Система управління витратами</p> <p>Функції і побудова системи управління витратами. Управління витратами як процес цілеспрямованого формування витрат за їх видами, місцями і носіями за постійного контролю їх рівня та стимулювання зниження. Важливість обґрунтування рівня витрат і контролю формування їх за центрами відповідальності. Функціональний аспект системи управління витратами: нормування, планування, облік, аналіз витрат, стимулювання їх зниження. Організаційна система управління витратами на підприємствах.</p>



Формування планових і фактичних витрат. Особливості обчислення планових і фактичних витрат, його роль в управлінні підприємством та обґрунтуванні господарських рішень. Управлінський і фінансовий аспекти формування витрат. Зміст і порядок розроблення плану витрат, нормативна база. Порядок обліку витрат і вдосконалення його згідно з міжнародними стандартами бухгалтерського обліку.

Витрати як база ціни і фактор прибутковості. Об'єктивна умова виробництва — відшкодування витрат виробника шляхом продажу продукції на ринку. Собівартість продукції як база ціни та її нижня межа. Особливості нижньої межі ціни у короткостроковому і довгостроковому періодах. Залежність прибутку від рівня витрат. Особливості впливу змінних і постійних витрат на величину прибутку. Мінімізація витрат, пов'язаних з основною діяльністю підприємства. Внутрішньофірмові ціни та їх роль у формуванні витрат і прибутку підрозділів.

Змістовий модуль 2. Формування і контроль витрат

Тема 3. Формування витрат за місцями і центрами відповідальності

Місця витрат і центри відповідальності. Поняття «місця витрат». Ієрархічна структура місць витрат на підприємстві. Центри відповідальності за витрати (центри витрат) і центри прибутку. Мета диференціації витрат за місцями їх формування і центрами відповідальності: контроль витрат, персоніфікація відповідальності за їх рівень, підвищення точності обчислення витрат за їх носіями. Вимоги до організації центрів відповідальності: гомогенність результатів, можливість однозначного обчислення витрат, наявність персональної відповідальності за регульовані витрати. Функціональний і територіальний критерії організації центрів відповідальності.

Кошториси підрозділів. Склад витрат в місцях їх формування різного ієрархічного рівня. Прямі та загальні, регульовані та нерегульовані витрати підрозділів. Методика складання кошторисів підрозділів різного функціонального призначення: основних (дільниць, цехів), допоміжних, обслуговуючих. Особливості кошторисів виробничих підрозділів за напівфабрикатного і безнапівфабрикатного методів обчислення витрат. Ціни на продукцію і послуги внутрішньокоопераційних підрозділів, їх різновиди та умови застосування. Гнучкі кошториси підрозділів.

Розподіл витрат допоміжних та обслуговуючих підрозділів за складання кошторисів. Взаємозв'язок підрозділів підприємства. Особливості діяльності допоміжних і обслуговуючих підрозділів, система їх зв'язків у формі надання взаємних послуг. Проблема розподілу витрат допоміжних і обслуговуючих підрозділів між підрозділами основного виробництва. Методи розподілу витрат: методи прямого, повторного розподілу, метод системи рівнянь. Особливості та сфера застосування окремих методів розподілу витрат допоміжних і обслуговуючих підрозділів.

Тема 4. Методичні основи обчислення собівартості окремих виробів

Роль і методи калькулювання. Роль калькулювання в управлінні витратами. Калькуляційні одиниці (носії витрат) на підприємстві.



Проектно-кошторисні, планові, нормативні, фактичні калькуляції, їх призначення і зв'язок. Залежність точності калькулювання від частки прямих витрат у загальній їх сумі. Калькулювання на основі неповних і повних витрат. Залежність методів калькулювання від особливостей виробництва продукції. Специфіка калькулювання в одно-, багатопродуктовому виробництві, у виробництві з комплексною переробкою сировини. Обчислення собівартості одиниці продукції в однопродуктовому, одно- і багатостадійному виробництві.

Калькулювання у багатопродуктовому виробництві. Диференціація витрат на прямі та непрямі калькуляційні статті щодо кожної калькуляційної одиниці. Статті прямих витрат і методика обчислення їх. Проблеми розподілу непрямих (загальних) витрат між різними виробами. Бази розподілу непрямих витрат й умови застосування їх. Розподіл загальновиробничих витрат. Методи розподілу адміністративних витрат і витрат на збут у разі калькулювання за повними витратами.

Калькулювання у комплексних (сумісних) виробництвах. Особливості підприємств з комплексною переробкою сировини. Основні та супутні продукти у комплексних виробництвах. Загальний технологічний процес і загальні витрати до моменту відокремлення продуктів. Прямі витрати на стадіях переробки окремих продуктів. Порядок розроблення калькуляцій. Проблема розподілу загальних витрат між спільно виготовлюваними продуктами. Методи такого розподілу і його суб'єктивний характер. Розподіл загальних витрат на основі єдиного натурального показника обсягу виробництва. Недоліки та обмеженість застосування цього методу. Метод розподілу витрат за допомогою індивідуальних коефіцієнтів розподілу загальних витрат.

Прогнозування собівартості продукції на етапах її розроблення та освоєння виробництва. Відсутність нормативної бази для визначення собівартості продукції на етапах її розроблення та необхідність застосування методів приблизних обчислень. Параметричні методи визначення собівартості виробів та умови застосування їх. Методи: питомих показників, баловий, кореляційний, агрегатний. Застосування експертних оцінок і методу структурної аналогії собівартості. Залежність собівартості нових складних виробів від ступеня освоєння виробництва. Закономірність динаміки собівартості виробу на етапі освоєння виробництва, використання її для прогнозування рівня витрат.

Тема 5. Контроль витрат і стимулювання економії ресурсів

Облік і звітність як елементи контролю витрат. Роль контролю витрат у підтриманні режиму економії. Організаційна побудова системи обліку витрат і руху матеріальних цінностей. Диференціація і повнота обліку регульованих витрат за місцями їх формування. Оснащеність місць витрат засобами обліку безперервних ресурсів (електроенергії, води, пари, газу, стиснутого повітря тощо). Періодичність і форми звітності.

Методи контролю витрат. Порівняння фактичних витрат з плановими. Умови порівнянності фактичних і планових витрат за певний період. Необхідність перерахування планових витрат на фактичний обсяг продукції. Особливості контролю рівня витрат за



нормативної системи обліку (стандарт-кост). Облік та аналіз відхилень фактичних витрат від нормативних за центрами відповідальності.

Стимулювання економії ресурсів. Необхідність стимулювання персоналу підприємства щодо економного використання ресурсів і оптимальних витрат. Форми стимулювання залежно від величини економії, яку можна спрямувати на преміювання за зниження витрат. Розподіл премії між учасниками заходу з економії витрат.

Змістовий модуль 3. CVP-аналіз та оптимізація операційної системи підприємства

Тема 6. Аналіз системи «витрати—випуск—прибуток»

Сутність і передумови аналізу системи «витрати—випуск—прибуток» (CVP). Зв'язок витрат, обсягу виробництва (операційної діяльності) та прибутку. Економічне значення моделювання та аналізу цього співвідношення. Спрощена модель лінійних співвідношень за CVP-аналізу та графічна інтерпретація її. Показники, що обчислюються та аналізуються за CVP-аналізу. Розподіл витрат на змінні та постійні. Роль маржинального прибутку в аналізі та прийнятті рішень.

Аналіз рівноваги та безпеки операційної діяльності. Вплив постійних витрат на прибутковість діяльності підприємства. Рівноважний (беззбитковий) обсяг операційної діяльності (виробництва). Визначення беззбиткового обсягу операційної діяльності у натуральному і грошовому вимірі. Беззбитковість і безпека діяльності підприємства та його підрозділів. Обчислення рівня економічної безпеки підприємства.

Залежність прибутку від операційної активності та структури витрат. Значення управління прибутком і факторами його формування. Визначення рівня операційної активності (обсягу виробництва), що забезпечує цільовий прибуток. Залежність прибутку від операційної активності. Операційний ліверидж (важіль), визначення його та застосування в оперативному аналізі.

Тема 7. Оптимізація операційної системи підприємства за критерієм витрат

Оптимізація запасів і матеріальних потоків. Роль матеріальних витрат у формуванні вартості продукції і прибутку. Витрати на поставку і зберігання матеріалів на складі, їх залежність від величини та інтервалів поставки. Втрати (неотриманий прибуток) через відволікання коштів у виробничі запаси. Мінімізація витрат на поставку і зберігання матеріалів через визначення оптимальних партій поставки і величини запасів. Методи оцінювання матеріалів у запасах за відпускання їх у виробництво, на продаж та іншого вибуття. Сутність та умови ефективного застосування методів оцінювання: за собівартістю перших надходжень (FIFO), за середньозваженою і нормативною собівартістю, ідентифікованою собівартістю і ціною продажу.

Адаптація операційної системи до зміни її завантаження. Необхідність відповідності структури і режиму роботи операційної системи певному обсягу діяльності. Мінливість ділової активності та потреба адаптації до нового рівня завантаження. Експлуатаційні витрати як критерій адаптації операційної системи до зміни завантаження. Параметри, форми і механізм адаптації основного



	<p>устаткування.</p> <p>Обґрунтування форми забезпечення операційної системи устаткуванням. Необхідність придбання устаткування у разі заміни його та розширення обсягу операційної діяльності. Альтернативи придбання устаткування — купівля (за рахунок власних коштів, кредиту), лізинг. Сумарні дисконтовані витрати як критерій вибору форми придбання устаткування. Обчислення поточних (дисконтованих) витрат за порівнянними альтернативними варіантами. Особливості обчислення лізингових платежів.</p>
Рекомендована література	<p>Основна:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Грещак М. Г., Коцюба О. С. Управління витратами: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. Київ.: КНЕУ, 2002. 131 с. URL: http://ктеп.kiev.ua/wp-content/uploads/2019/12/upravlinnya-vitratami-Greshhak-M.G..pdf2. Давидович І.Є. Управління витратами: Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 320 с. URL: http://surl.li/fdyfz3. Чорна М.В., Смірнова П.В., Бугріменко Р.М. Управління витратами: навч. посіб. 2017. 166 с. URL: https://ктеп.kiev.ua/wp-content/uploads/2019/12/Upravlyannya-vitratami-CHorna-M.-V..pdf4. Бухгалтерський управлінський облік. Підручник [за ред. проф. Ф.Р.Бутинця, Житомир: ПП “Рута”, 2002. 480 с. <p>Додаткова:</p> <ol style="list-style-type: none">5. Ющишина Л. О. Менеджмент ресурсів та витрат: курс лекцій. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 103 с. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/21299/3/menedz_resurs_vytrat.pdf6. Тарасенко С. І. Управління витратами: навч. посібник / С. І. Тарасенко. Кам'янське: ДДТУ, 2018. 305 с. URL: https://www.dstu.dp.ua/Portal/Data/7/33/7-33-b7.pdf7. Ахновська І., Болгов В. Управління витратами: навчальний посібник. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2020. 156 с. URL: http://surl.li/fdyhl <p>Інтернет-ресурси:</p> <ol style="list-style-type: none">8. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. № XIV URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-149. П(С)БО 16 «Витрати», затверджений наказом Міністерства фінансів України від 31.12.99 р. № 318. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00
Види занять, методи і форми навчання	<p>Форми організації освітнього процесу: лекції, практичні заняття, семінари, дослідницькі роботи, самостійна робота, консультації зі викладачами, участь у наукових конференціях, екскурсії, дистанційне навчання, курсове проектування.</p> <p>Освітні технології: традиційні, інтерактивні, інформаційно-комунікативні, проектного навчання.</p>
Пререквізити	<p>«Економічна теорія», «Економіка підприємства», «Основи статистики та аналізу даних», «Основи організації підприємницької діяльності», «Основи маркетингу», «Управління операційною діяльністю та основи логістики», «Економіка та управління інноваційною діяльністю», «Менеджмент».</p>



Постреквізити	Дисципліни «Планування діяльності підприємства», «Економічний аналіз», «Фінансове забезпечення підприємницької діяльності», «Правове регулювання та оподаткування підприємницької діяльності». Здійснення професійної діяльності.
Критерії оцінювання	Критерії оцінювання: Відмінно – здобувач освіти вільно володіє матеріалом, визначеним програмою, має діалектичне мислення, аргументовано, науково аналізує наявні проблеми, на достатньому рівні проводить всі необхідні розрахунки, об'єктивно оцінює ситуацію та її вплив на діяльність підприємства. Вміє використовувати різноманітні джерела знань, систематично поповнює знання, вміє застосовувати знання при вирішенні професійних питань. Уміє доводити власну думку, відстоювати свої висновки. Приймав активну участь у семінарах, виконав необхідні практичні і тестові завдання. Добре – здобувач освіти добре володіє матеріалом, але має незначні ускладнення при відповіді, потребує допомоги викладача при виборі напрямку відповіді та допускає незначні помилки, неточну аргументацію. Оцінювання подій, ситуацій, досягнень більш інтуїтивне, ніж наукове. Вміє логічно мислити, але має незначні труднощі при самостійному виконанні необхідних розрахунків. Приймав участь у семінарах, виконав необхідні практичні і тестові завдання. Задовільно – здобувач освіти користується лише окремим знаннями дисципліни, порушує логіку відповіді, відповідь недостатньо самостійна, допускає суттєві помилки у відповідях та поясненнях питань. Мова спрощена, оцінювання ситуацій лише інтуїтивне, викладач постійно коректує відповідь. Здобувач не завжди може самостійно знайти докази і обрати правильне рішення. Допускає помилки в розрахунках. Виконав необхідні практичні і тестові завдання. Незадовільно – здобувач освіти не володіє знаннями та практичними навичками дисципліни. Не може виконати необхідні розрахунки, проаналізувати ситуацію. Не виконав необхідні практичні і тестові завдання.
Політика курсу	Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача.

4 БІЗНЕС У СОЦМЕРЕЖАХ ТА Е-МАРКЕТИНГ

	<p>СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</p> <p>БІЗНЕС У СОЦМЕРЕЖАХ ТА Е-МАРКЕТИНГ</p> <p>Освітньо-професійна програма: Економіка та організація підприємницької діяльності Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Галузь знань: 07 Управління та адміністрування</p>
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний/освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	вибірковий компонент
Семестр	6
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/загальна кількість годин)	6 кредитів ЄКТС/ 180годин
Циклова комісія	Циклова комісія економіки та підприємництва
Мова викладання	Українська
Мета навчальної дисципліни	<p>Метою вивчення навчальної дисципліни «Бізнес у соціальних мережах та Е-маркетинг» є формування у студентів необхідного обсягу теоретичних і практичних знань про механізми успішного просування бізнесу в соціальних мережах та базових практичних вмінь щодо здійснення маркетингової діяльності та просування товарів і послуг, особистостей чи ідей в соціальних медіа та мережах.</p>



Предмет і завдання дисципліни	<p>Предметом вивчення навчальної дисципліни «Бізнес у соціальних мережах та Е-маркетинг» є загально-теоретичні положення, що розкривають особливості виникнення та функціонування соціальних мереж як майданчиків для розгортання та підтримки бізнес-проектів.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни «Бізнес у соціальних мережах та Е-маркетинг» є:</p> <ul style="list-style-type: none">- сприяння оволодінню студентами навичок організації бізнесу в соціальних мережах;- вивчення маркетингових механізмів просування бізнесу в соціальних мережах;- формування знань щодо оцінки ефективності роботи в соціальній мережі;- вивчення принципів побудови SMM-стратегії;- вивчення особливостей різних соціальних мереж та розробка проекту просування продукту в цих мережах;- розуміння параметрів, що чинять вплив на просування продукту у соціальних мережах;- вивчення особливостей поведінки користувачів соціальних медіа.
Заплановані результати навчання	<p>Програмні результати навчання(РН):</p> <p>РН 2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності із професійною метою</p> <p>РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні та телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.</p> <p>РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійних цілей.</p> <p>РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні та теоретичні знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.</p> <p>РН 12. Уміти виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p>
Заплановані знання та вміння	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової передвищої освіти повинен володіти такими компетентностями:</p> <p>ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>СК 1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>СФК5. Здатність до підтримки належного рівня економічних знань та постійного підвищення своєї професійної підготовки.</p> <p>У результаті вивчення дисципліни здобувачі освіти повинні:</p> <p>а) знати</p> <ul style="list-style-type: none">• що таке соціальна мережа, які є соціальні мережі, які функції вони виконують, що означає управляти соціальною мережею;• переваги роботи в соціальній мережі;• інтереси бізнесу і можливості його розвитку в соціальних



	<p>мережах;</p> <ul style="list-style-type: none">• основні соціальні мережі, в яких можна ефективно побудувати бізнес;• способи просування в соціальних мережах;• критичні помилки, яких можна припуститись при просуванні соціальних мережах;• формули продажного копірайтингу; <p>б) уміти</p> <ul style="list-style-type: none">• володіти технологією роботи у Facebook, Instagram, Telegram, YouTube;• створювати стратегії просування в соціальних мережах;• визначати головні завдання кампанії просування;• вибирати майданчики в соціальних мережах для просування бізнесу, на яких сконцентровані потенційні клієнти;• створювати і розвивати групи в соціальних мережах;• визначати особливості поведінки цільової аудиторії;• організовувати ефективні рекламні кампанії, акції;• аналізувати показники ефективності роботи в соціальних мережах;• оцінювати ефективність роботи в соціальній мережі;• відрізнити аудиторію соціальних мереж і методи роботи в кожній з мереж;• писати продажні пости;• проводити самостійні дослідження соціальних мереж відповідно до розробленої програми;• збирати і обробляти статистику Instagram-сторінки та Facebook-сторінки.
Структура навантаження на здобувача	<p>Кількість лекційних годин – 42 год Кількість практичних занять – 48 год. Кількість семінарських занять – 8 год Кількість годин для самостійної роботи – 82 год. Форма підсумкового контролю – залік</p>
Зміст дисципліни	<p>Тема 1. Феномен соціальних мереж Поняття соціальної мережі. Теорія шести рукошляхів. Теорія п'яти кліків. Види та класифікація соціальних мереж. Функціонал соціальних мереж. Користувачі соціальних мереж. Цікаві факти про соціальні мережі. Небезпеки соціальних мереж. Безпека у соціальних мережах. Маркетинг в соціальних мережах. Цілі маркетингу в соціальних мережах</p> <p>Тема 2. Інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах Побудова маркетингової стратегії соціальних мереж. Цілі та позиціонування. Аналіз продукту/бренду, ЦА, УТП та конкурентів. Активність користувачів у соціальних мережах. П'ять основних видів контенту для соціальних мереж. Десять ідей для постів в соціальних мережах, здатних активізувати користувачів. Механіки конкурсів і акцій в соціальних мережах. Хештеги як спосіб активізації користувачів соціальних медіа. Правила мережного етикету.</p> <p>Тема 3. Копірайтинг Копірайтинг та його види. Особливості та правила написання постів. Стили написання текстів. Загальні недоліки рекламних</p>



текстів. Форматування та оформлення публікацій. Формули продажного копірайтингу. Вимоги до копірайтерів.

Тема 4. Соціальні мережі як бізнес-майданчик

Інтереси бізнесу і можливості в соціальних мережах. Використання соціальних мереж для пошуку роботи. Профіль у соціальній мережі як резюме. Основні способи заробітку у соціальних мережах. Причини невдач у роботі із соціальними мережами. Як вибрати платформу. Позитивні результати, яких можна досягнути за рахунок просування в соціальних мережах. Зарубіжний досвід використання соціальних мереж у власному бізнесі.

Тема 5. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах

Що просувати? Ефективні способи розкручування бізнесу у соціальних мережах. Кроспостинг. Таргетинг. Особливості запуску таргетингової реклами. Ретаргетинг. Причини неефективності таргетингової реклами. Правильне просування бізнесу в соціальних мережах. Сучасні тренди просування у соціальних мережах. Незвичайний бізнес у соціальних мережах.

Тема 6. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах

Що таке SMM? SMM-фахівець. SMM-стратегія. Контент-план. Курування контенту. Типи і способи курування контенту. Правила успішного курування контенту. Інструменти підбору контенту.

Тема 7. Реклама у Фейсбуку та Інстаграмі

Запуск реклами у Фейсбуку. Навігація у «Facebook Ads Manager». Джерела створення індивідуалізованої аудиторії. Обсяг аудиторії та бюджет – налаштовуємо таргетинг у фейсбуку. Важливі налаштування рекламних кампаній. Секрети та «фішки» таргетованої реклами у фейсбуку та інстаграмі. Типові помилки під час запуску реклами у фейсбуку та інстаграмі

Тема 8. Ефективність роботи в соціальних мережах

Основні метрики і KPI в інтернет-маркетингу. Метрики Facebook. Ключові метрики Instagram. Сервіси відслідковування активності у соціальних мережах. Статистика сторінок Facebook. Аналітика Instagram-акаунта.

Тема 9. Використання соціальних мереж у компаніях

Можливості та переваги соціальних мереж у компаніях. Розроблення стратегії роботи в соціальних мережах. Вибір соціальних платформ для організації. Залучення аудиторії та відповіді на коментарі користувачів. Орієнтація на аудиторію, партнерів та впливових осіб.

Кампанії та планування кампаній. Використання соціальних мереж для подолання кризи. Пошук працівників у соціальних мережах.

Внутрішня комунікація в соціальних мережах.



Рекомендована література	<p>Основна</p> <ol style="list-style-type: none">1. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. / За наук. ред. Н.В. Морзе. Івано-Франківськ: «Лілея-НВ». 2015. 264 с.2. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання). Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 97 с.3. Шевчук І. Б. Бізнес у соціальних мережах: Навч. посіб. Львів: Видавництво ННВК «АТБ», 2021. 219 с.4. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу: підручник. Київ.: Центр учбової літератури, 2010. 512 с. <p>Додаткова</p> <ol style="list-style-type: none">5. Воронюк Антон, Полищук Александр Актуальний інтернет-маркетинг. Київ. : «Агентство «ІРІО», 2018. 160 с.6. Ермолова Наталя. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+» Издательство: «Альпина Паблишер», 2017 г. 358 с.7. Нілова Л. Характеристики Поп-арт маркетинг. Instagram-грамотность и контент-стратегия. Видавництво: АСТ, 2018. 288 с.8. Халилов Д. «Маркетинг в социальных сетях». Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2016, 240 с.9. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. ЦУЛ, 2017. 536 с.10. Кожушко О.А. Інтернет-маркетинг и digital-стратегии. И-во: Олимп-Бизнес, 2015. 327 с.11. Холідей Райан. Маркетинг майбутнього. Як гроуз-хакери змінюють правила гри / перекладач Олександра Асташова. Київ: Наш формат, 2018. 104 с.12. Эйми Сонг. «#instastиль. Как собирать миллионы лайков в Instagram». Издательство «Одри», 2019, 208 с <p>Інтернет-ресурси</p> <ol style="list-style-type: none">1. https://zakon.rada.gov.ua/laws2. http://www.nbu.gov.ua3. https://about.fb.com/4. https://www.facebook.com/help/instagram/1558337079003885. https://smmplanner.com/blog/15-glavnyh-knig-dlya-smm-shika/6. http://www.economy.nayka.com.ua/7. https://lemarbet.com/
Види занять, методи і форми навчання	Форми організації освітнього процесу: лекції, практичні заняття, семінари, дослідницькі роботи, самостійна робота, консультації зі викладачами, участь у наукових конференціях, екскурсії, дистанційне навчання. Освітні технології: традиційні, інтерактивні, інформаційно-комунікативні, проєктного навчання.
Пререквізити	Дисципліни «Основи маркетингу», «Маркетингові дослідження», «Електронна комерція», «Менеджмент»
Постреквізити	Дисципліна «Планування діяльності підприємства. Здійснення професійної діяльності.
Критерії оцінювання	Критерії оцінювання: Оцінка « відмінно » виставляється, якщо здобувач освіти у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно й аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст



	<p>теоретичних запитань та ситуаційних (практичних) завдань, вільно послуговується науковою термінологією, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки. Оцінка «добре» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та ситуаційних (практичних) завдань, послуговується науковою термінологією, але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.</p> <p>Оцінка «задовільно» виставляється, якщо здобувач освіти відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, однак не здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.</p> <p>Оцінка «незадовільно» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо не володіє навчальним матеріалом, однак фрагментарно, поверхово (без аргументації й обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань і ситуаційних (практичних) завдань.</p>
Політика курсу	<p>Курс передбачає індивідуальну та групову роботу.</p> <p>Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</p> <p>Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними завданнями та проектами не допустимо порушення академічної доброчесності.</p>