

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ
«ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА БІЗНЕС-КУЛЬТУРА»**

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань *07 «Управління і адміністрування»*

Код та найменування спеціальності *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма *Маркетинг та digital - комунікації*

Ступінь вищої освіти *бакалавр*

Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності **075 «Маркетинг»**

« » 2023 р. протокол № .

Реєстраційний номер в навчальному відділі НЦООП

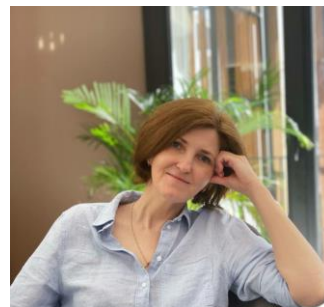
1. Загальна інформація

Кафедра: [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)

Викладач: Устенко Інна Андріївна, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат технічних наук

[Профайл](#)

Контакти:
innagross1975@gmail.com
048-712-41-03



Освітній компонент викладається на 2 курсі у 1 семестрі

Кількість кредитів ECTS- 4, годин - 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	Практичні
денна	40	20	20
заочна	12	6	6
Самостійна робота, годин	Денна -80		Заочна - 108

[Розклад занять](#)

2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент (ОК) «Підприємництво та бізнес-культура»

Проблеми етики ділових відносин, підприємництва мають настільки ж давню історію, як і саме підприємництво і служила об'єктом вивчення, ще Аристотель прирівнював прибуток до лихварства. Нині в усьому світі питання етики ділових відносин широко досліджуються, служать предметом наукових дискусій і форумів, вивчаються у багатьох вищих та середніх навчальних закладах, які забезпечують підготовку кадрів для ринку.

Ділове спілкування - це складний багатоплановий процес розвитку контактів між людьми в службовій сфері. Його учасники виступають в офіційних статусах і орієнтовані на досягнення мети, конкретних завдань. Специфічною особливістю названого процесу є регламентованість, тобто підпорядкування встановленим обмеженням, що визначаються національними і культурними традиціями, професійними етичними принципами.

Практика показує, що без уміння встановлювати ділові зв'язки, співпрацювати з партнерами, керувати людьми, ситуацією і самим собою досягти комерційного успіху надзвичайно важко. Тим часом у більшості наших підприємців, на мій погляд не досить високий рівень культури спілкування, що істотно знижує їх ділову активність і не дозволяє максимально реалізувати свою ініціативу.

Освітній компонент «Підприємництво та бізнес-культура» базується на знаннях, отриманих здобувачем вищої освіти в результаті вивчення освітніх компонент «Економічна теорія», «Економіка підприємства», «Правила торгівлі та захист прав споживачів».

3. Мета освітнього компоненту

Мета викладання дисципліни «Підприємництво і бізнес-культура» полягає у формуванні у студентів системи знань щодо сутності підприємництва як особливого виду діяльності, певного стилю і типу поведінки, що визначає бізнес-культуру підприємства, сучасної форми господарювання виробничо-комерційних структур в умовах ринкових відносин; набуття практичних вмінь комплексного сприйняття та вирішення проблем, що виникають у діяльності підприємницьких структур для створення сприятливого бізнес-середовища та підвищення ефективності функціонування виробничо-господарських систем.

В результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати:

– на ознайомлювально-орієнтованому рівні – основні поняття та сутність підприємницької діяльності, особливості заснування власної справи в Україні, аспекти

підприємницького менеджменту, організацію малого підприємництва, етику та культуру ділового спілкування, психологію підприємницької діяльності;

– на понятійно-аналітичному рівні – державне регулювання підприємницької діяльності, договірні взаємовідносини у підприємстві, культуру ведення бізнесу.

вміти:

на стереотипному рівні використовувати набуті знання в практичній організаційно-економічній діяльності.

4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Рекламна діяльність» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг»](#) та освітньо-професійній програмі [«Маркетинг»](#) підготовки бакалаврів.

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері просування продовольчих товарів в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності:

ЗК6 Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності

ЗК5 Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків

ЗК7 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК14 Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК8 Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків

СК14 Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності

Програмні результати навчання:

ПРН 9 Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень

ПРН 13 Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи

5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

5.1 Перелік лекційних завдань

№ теми	Зміст теми	Годин	
		денна	заочна
1	Основні функції підприємництва. Суб'єкти та організаційні форми підприємницької діяльності. Основні функції підприємництва. Суб'єкти та організаційні форми підприємницької діяльності. Основні види та форма підприємництва, їх класифікація.	2	1
2	Організація, заснування, функціонування і регулювання підприємницької діяльності в Україні. Загальні умови створення підприємства. Статутний фонд підприємства. Суть і порядок утворення статутного фонду підприємства. Державна реєстрація підприємства. Статут підприємства. Основні розділи статуту. Відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності.	4	2
3	Бізнес-планування. Розробка бізнес-плану. Склад та рівень деталізації бізнес-плану. Необхідна інформація. Структура та зміст бізнес-плану. Порядок його розробки.	4	1
4	Фінанси, банки та кредит. Їх роль у системі підприємництва. Сутність фінансів суб'єктів підприємницької діяльності.	4	1

	Організація фінансової діяльності підприємства. Роль банків у забезпеченні функціонування підприємницьких структур. Суть та функції кредиту. Банківське кредитування суб'єктів господарювання: види, принципи, організація. Форми небанківського кредитування, їх характеристика.		
5	Правовий статус і етика підприємця. Правовий статус підприємця, його місце і роль в організації (підприємстві). Типи керівників і ділова етика сучасного керівника (підприємця, менеджера). Психологія та етика керівника. Планування особистої праці менеджера. Організація управлінської праці і забезпечення ефективності діяльності фірми. Дейл Карнегі про основи спілкування з людьми.	2	1
6	Ділове спілкування та форми обговорення ділових проблем. Організатор як ключова фігура виробництва. Стилі керування. Форми і види ділового спілкування та фактори впливу. Рівні ділового спілкування. Вимоги до учасників ділового спілкування. Ділова бесіда та її різновиди. Вимоги до сучасного керівника. Стилі управлінської діяльності	2	1
7	Службовий етикет. Моральні принципи та засади. Особливості міжнародного спілкування. Службовий етикет як сукупність правил поведінки людини. Професійна етика. Норми професійних ділових відносин. Авторитет особистості. Мовленевий етикет. Офіційна мова. Основні управлінські культури: характерні риси та особливості. Особливості спілкування з іноземцями.	2	1
Всього		20	8

5.2 Перелік практичних робіт

№ п/р	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
1	Основні функції підприємництва. Суб'єкти та організаційні форми підприємницької діяльності.	2	1
2	Організація, заснування, функціонування і регулювання підприємницької діяльності в Україні.	4	2
3	Бізнес-планування. Розробка бізнес-плану.	4	1
4	Фінанси, банки та кредит. Їх роль у системі підприємництва.	4	1
5	Правовий статус і етика підприємця.	2	1
6	Ділове спілкування та форми обговорення ділових проблем.	2	1
7	Службовий етикет. Моральні принципи та засади.		
	Всього	20	8

5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна

1	<p><i>Написання реферату з теми торговельного маркетингу та виступ з презентацією.</i></p> <p>Процес управління торговельним маркетингом на підприємстві. Вплив споживчого ринку України на торговельний маркетинг. Основні фактори впливу на розвиток торговельного маркетингу. Основні характеристики побудови організаційних структур торговельного маркетингу. Основні підходи до стратегічного планування торговельного маркетингу. Зовнішнє маркетингове середовище торговельної діяльності підприємства. Характеристика складових внутрішнього середовища торговельної діяльності підприємства.</p> <p>Особливості формування споживчих рішень щодо купівлі. Сутність сегментації та вибору цільових ринків. Дослідження конкурентного середовища торговельної діяльності підприємства. Дослідження попиту в торговельному процесі. Сутність маркетингової товарної політики в межах торговельного маркетингу. Управління формуванням асортименту товарів споживчого призначення. Стратегії ціноутворення в межах товарної номенклатури. Особливості формування асортименту товарів споживчого та виробничого призначення. Вибір стратегії просування товару в торговельному маркетингу. Сутність контролю та аналізу торговельного маркетингу.</p>		
Всього за ОК:		80	108

6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і підсумкового контролів.

Вхідний контроль якості навчання здійснюється на початку курсу проведенням перевірки залишкових знань здобувачів за ОК, що забезпечують вивчення даного освітнього компоненту (діагностика первинних знань здобувачів).

Формами поточного контролю є:

- *письмові контрольні роботи за окремими темами або модульні контрольні роботи;*
- *тестування знань здобувачів з певних тем або з певних окремих питань ОК;*
- *виконання і захист практичних робіт;*
- *усне опитування;*
- *тощо.*

Підсумковий контроль – *диф. залік.*

Нарахування балів:

Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів	
	Денна	Заочна
Змістовний модуль 1. Рекламна діяльність		
Лекційний курс *	10	6
Практичні роботи*	50	45
Самостійна робота (у вигляді індивідуального завдання модуля 1) *	15	24
Тестування*	25	25
Всього	100,0	100,0

*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 [Положення про порядок перерахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в Одеському національному технологічному університеті.](#)

Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів

Лекційний курс (оцінювання однієї лекції)

Денна	Заочна		
0,81 – 1 балів	1,61 – 2 балів	Лекція оформлена відповідно до вимог, студент активний на лекції, надає повні обґрунтовані відповіді	відмінно
0,61 - 0,8 балів	1,21 - 1,6 балів	Лекція має невеликі відхилення при оформленні або при відповіді студентом допущені неточності	дуже добре
0,41 – 0,6 балів	0,81 – 1,2 балів	Лекція має відхилення при оформленні або студент має неповні відповіді, допущені несуттєві помилки	добре
0,21 – 0,4 балів	0,41 – 0,8 балів	Лекція має суттєві відхилення при оформленні або студент має неповні відповіді, допущені більш суттєві помилки	достатньо
0-0,2 балів	0-0,4 балів	Лекція не відпрацьована або дані незадовільні відповіді	незадовільно

Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи)

Денна	Заочна		
4,5 - 5 балів	12,1-15 балів	Практична робота відпрацьована та захищена вчасно, оформлена відповідно до вимог, надані повні обґрунтовані відповіді, складений висновок	відмінно
4,0 - 4,4 балів	9,1 – 12 балів	Практична робота відпрацьована та вчасно захищена, має невеликі відхилення при оформленні або при відповіді допущені неточності	дуже добре
3,5 – 3,9 балів	6,1-9 балів	Практична робота відпрацьована, але захищена пізніше визначеного строку, або має неповні відповіді, допущені несуттєві помилки	добре
2,1 – 3,4 балів	3,1-6 балів	Практична робота відпрацьована, але захищена пізніше визначеного строку, або має неповні відповіді, допущені більш суттєві помилки	достатньо
0-2 балів	0-3 балів	Практична робота не відпрацьована або дані незадовільні відповіді	незадовільно

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи)

Денна	Заочна		
12,1 –15,0 балів	19,3-24,0 балів	Самостійна робота відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді	відмінно
9,1 – 12 балів	14,5 -19,2 балів	Самостійна робота відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності	дуже добре
6,1 – 9 балів	9,7 – 14,4 балів	Самостійна робота відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки	добре
3,1 – 6 балів	4,9 – 9,6 балів	Самостійна робота відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки	достатньо
0 – 3 балів	0 – 4,8 балів	Самостійна робота не відпрацьована або дані незадовільні відповіді	незадовільно

Тестування

20,1-25,0	90 - 100 % правильних відповідей	відмінно
14,9 -20,0	74 – 89% правильних відповідей	дуже добре
9,9 – 15,0	60 – 73% правильних відповідей	добре
14,9 – 10,0	35 – 59 % правильних відповідей	достатньо
0 – 5,0	0-35 % правильних відповідей	незадовільно

7. Засоби діагностики успішності навчання

Методи навчання, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

Лекційні заняття:

- словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія;
- наочні: ілюстрація, спостереження, демонстрація;
- пояснювально-демонстративний метод, проблемний виклад.

- **Практичні заняття:** для вивчення основних положень торговельного маркетингу (групове обговорення нагальних питань; дискусії, робота в малих групах, кейс-метод, мозковий штурм),

Самостійна робота: робота з навчально-методичними матеріалами, реферування.

8. Інформаційні ресурси

Базові (основні):

1. Маркетинг [Електронний ресурс]: підручник / Р. І. Буряк, В. К. Збарський, М. П. Талавира, В. М. Бондаренко; за ред. В. К. Збарського; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. — Вид. 2-ге перероб. та допов. — Київ: КОМПРИНТ, 2023. — 538 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2145668>

2. Маркетингові системи розподілу [Текст]: навч. посіб. / Л. С. Безугла, І. В. Перезовова, В. В. Лагодієнко та ін.; Нац. техн. ун-т "Дніпров. політехніка", Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу, Одес. нац. технол. ун-т, Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. — Дніпро: Грані, 2022. — 244 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2069311>

3. Маркетинг промислового підприємства [Електронний ресурс]: навч. посіб. / А. І. Яковлев, М. І. Ларка, С. П. Сударкіна та ін.; за ред. А. І. Яковлева, М. І. Ларки; Нац. техн. університет "Харків. політехн. ін-т". — Київ: Кондор, 2019. — 504 с.

4. Маркетингові комунікації [Електронний ресурс]: навч. посіб. / О. І. Зоріна, О. В. Сиволовська, Т. В. Нескуба, О. М. Мкртчян; під ред. О. І. Зоріної; Укр. держ. ун-т залізн. транспорту. — Харків, 2021. — 227 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2143983>

5. Збірник ситуаційних (кейсових) завдань з навчальних дисциплін "Інновації та інноваційна економіка", "Інновації та маркетинг інновацій", "Маркетинг інновацій", "Інноваційний розвиток підприємства", "Digital-marketing", "Технології та новації" [Електронний ресурс]: навч. посіб. / І. М. Буднікевич, І. А. Крупенна, Є. І. Венгер, О. В. Кифяк; Чернівець. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича, Економічний ф-т, Каф. маркетингу, інновацій та регіонального розвитку. — Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2021. — 132 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2140647>

6. Маркетинг в Україні. — Київ: ВГО "Українська асоціація маркетингу", 2022.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1889182>

7. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку [Текст]: кол. монографія / відп. ред. М. Р. Мардар; відп. секретар О. В. Євтушок; Одес. нац. акад.

харч. технологій, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : Лерадрук, 2020. — 757 с. : табл., рис.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1626597>

Додаткові

1. Заруба В.Я. Парфентенко І.А. Маркетинг роздрібно́ї торгівлі. Навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей – Харків: НТУ «ХПІ», 2019.– 106 с.
2. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
3. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст : монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.
4. Косар Н.С. Маркетингові дослідження / Н.С. Косар, О.Б. Мних, Є.В. Крикавський, С.В. Леонова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
5. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019. 368 с.
6. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
7. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 326 с.
8. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
9. Гліненко Л. К., Дайновський Ю.А. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. № 1. С. 83-102
10. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник. – 2-ге вид., стер. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. 200 с. : іл.
11. Рекламний креатив: навчальний посібник / Укладачі: О. І. Вікарчук, О.О. Калініченко, С.М. Ніколаєнко, І.О. Пойта. Житомир: Видавець О. О. Євенок, 2018. 208 с.
12. Васильченко Л. С. Сутність та сучасні тенденції розвитку маркетингових комунікацій підприємства. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 48-2. С. 27-30.

9. Політика освітнього компоненту

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#) , [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015](#) та [роботодавців](#).

Викладач

Інна УСТЕНКО

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри _____

Протокол від «___» _____ 2023 р. № ___

Завідувач кафедри

Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП *Маркетинг*
доцент, кафедра МПіТ

Рафаєла ЗНАЧЕК