



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Шифр та назва спеціальності	075 Маркетинг
Назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра	Публічного управління та цифрової економіки
Статус навчальної дисципліни	ОК-13 ОПП «Маркетинг»
Форма навчання	Денна

#### Викладачі

Орлов Василь Миколайович



Професор кафедри Публічного управління та цифрової економіки, доктор економічних наук, професор

#### Загальна інформація про дисципліну

Анотація до дисципліни	В ході вивчення дисципліни «Економіка підприємства» вивчаються основні закономірностей функціонування підприємства в ринковій економіці, вивчаються теоретичні, методологічні та прикладні засади процесу формування та використання виробничих ресурсів, результатів та показників ефективності діяльності підприємства; закріплюються комплекс знань та вмінь щодо проведення розрахунків економічних показників
------------------------	--

	<p>діяльності підприємства. Це у комплексі дозволяє сформувати компетенції, необхідні для виробничої діяльності за фахом.</p> <p>Здобувачі навчаються проводити аналіз ринкових можливостей підприємств, планувати нові товари та послуги для ринку збуту, визначати цінову політику підприємства та методи ціноутворення на підставі визначення витрат та очікуваних економічних результатів. Визначати ефективність праці та здійснювати моніторинг соціально-трудої сфери ринку праці та окремої організації. Знати загальні закономірності розвитку сучасних грошово-кредитних відносин, оцінювати ефективність використання фінансових ресурсів та грошових фондів підприємств, організація та ведення бухгалтерського обліку й проведення аудиту фінансової звітності. Організовувати, планувати та координувати логістичну діяльність підприємств на основі оптимізації потоків інформаційних, матеріальних, фінансових ресурсів. Вміти розробляти бізнес-план та використовувати методи оцінювання його економічної ефективності.</p>
<b>Мета дисципліни</b>	– формування системних знань та розвиток умінь щодо аналізу результатів діяльності підприємства, факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища, визначення перспективи розвитку організації та необхідної для цього ресурсної бази.
<b>Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна</b>	<p>ЗК11. Здатність працювати в команді</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з працівниками інших професійних груп різного рівня( з експертами інших галузей знань/видів економічної діяльності)</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК13. Здатність планування і проведення ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p>
<b>Результати навчання</b>	<p>ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень</p>

	<p>фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості</p>
<b>Обсяг дисципліни</b>	Загальний обсяг дисципліни: 6 кредитів ЄКТС (180 годин). Для денної форми навчання: лекції – 30 годин, практичні заняття – 30 години, самостійна робота – 120 годин.
<b>Форма підсумкового контролю</b>	Екзамен.
<b>Терміни викладання дисципліни</b>	Дисципліна викладається у 3-му семестрі (1–18 тижні)

### Програма дисципліни

<b>Тема 1.</b>	<p><b>Підприємство в сучасній економічній системі</b></p> <p>Місце та значення підприємства в національній економіці.</p> <p>Підприємництво як сучасна форма господарювання.</p>
<b>Тема 2.</b>	<p><b>Виробничі ресурси підприємства</b></p> <p>Основні виробничі фонди підприємства.</p> <p>Нематеріальні ресурси підприємства.</p> <p>Оборотні засоби.</p> <p>Трудові ресурси.</p>
<b>Тема 3.</b>	<p><b>Результати діяльності підприємства</b></p> <p>Доход підприємства.</p> <p>Витрати підприємства.</p> <p>Прибуток і рентабельність підприємства.</p> <p>Система оподаткування, види податків підприємства.</p>

<b>Тема 4.</b>	<b>Ефективність та управління діяльністю підприємства</b> Інвестування та капітальне будівництво Економічний ефект та ефективність діяльності підприємства. Особливості ведення бізнесу у цифровому середовищі Тіньова економіка, її види та вплив на суспільство.
----------------	--

### Список рекомендованих джерел

1. Економіка поштового зв'язку: навч. посіб.; 2-ге вид. перероб. і допов. [В.М. Орлов, Н.Ю.Потапова-Сінько, Н.П.Спільна та ін.]. Одеса: ВМВ, 2012. 547 с.
2. Орлов В.М., Гранатуров В.М. Захарченко Л.А. Отливанська Г.А. Потапова-Сінько Н.Ю. Економіка телекомунікації. Навчальний посібник [для студентів вищих навчальних закладів]; за заг. ред.. В.М. Орлова. [2-ге вид. перед.]. О.: ОНАЗ, 2015. 140 с.
3. Князева Е.А., Борисова Л.Е. Задание и методические рекомендации к самостоятельной работе по курсу «Экономика и менеджмент телекоммуникаций» (на русском и английском языке для иностранных студентов). Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2016. 26 с
4. Економіка підприємств радіозв'язку, радіомовлення та телебачення: навч. посіб. [Орлов В.М., Князева О.А., Новицька С.С., Гапанович Я.В.]. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2018. 100 с.
5. Економіка підприємства: методичні вказівки та завдання до виконання курсової роботи студентів з дисципліни «Економіка підприємства». Князева О.А., Орлов В.М., Банкет Н.В. О.: ДУІТЗ, 2022. 22 с.

### Інформація про консультації

Щопонеділка у вересні-грудні 2024 року з 11<sup>50</sup> до 13<sup>10</sup> год., ауд. 333 – проф. В.М.Орлов

### Загальна схема оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою		Нарахування балів	Бали нараховуються таким чином: <i>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та</i>
		для іспиту	для заліку		
90-100	A	Відмінно	зараховано		
82-89	B	Добре			
74-81	C				
64-73	D	Задовільно			

60-63	E			контрольних робіт) – до 60 балів, за результати екзамену – до 40 балів.
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання	
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	

### Політика опанування дисципліни

**Відвідування:** Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен/залік) є обов'язковою. При проведенні занять в онлайн режимі, присутність здобувача враховується у разі відкритого вікна.

**Дотримання принципів академічної доброчесності:** Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати програму **Unicheck**.