

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
(повне найменування закладу вищої освіти)

Економічний
(назва інституту / факультету)

Кафедра бізнесу та управління персоналом
(назва кафедри)

“ЗАТВЕРДЖУЮ”



Декан економічного факультету

Грешко Р.І.

202__ року

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
ЕКОНОМІКА, ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА МАРКЕТИНГ

(назва навчальної дисципліни)

Обов'язкова

(вказати: обов'язкова / вибіркова)

Освітньо-професійна програма **«ТРУДОВЕ НАВЧАННЯ ТА ТЕХНОЛОГІЇ»**
(назва програми)

Спеціальність **014.10 «Середня освіта (трудове навчання та технології)»**
(вказати: код, назва)

Галузь знань **01 «Освіта»**
(вказати: шифр, назва)

Рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**
(вказати: перший бакалаврський/другий магістерський)

Навчально-науковий інститут фізико-технічних та комп'ютерних наук
(назва факультету/інституту, на якому здійснюється підготовка фахівців за вказаною освітньо-професійною програмою)

Мова навчання **українська**
(вказати: на якій мові читається дисципліна)

Чернівці 202__ рік

Робоча програма навчальної дисципліни **Економіка, підприємництво та маркетинг** складена відповідно до освітньо-професійної програми «Трудове навчання та технології» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 014.10 «Середня освіта (трудове навчання та технології)» галузі знань 01 «Освіта», затвердженій Вченою радою Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, протокол №7 від «30» червня 2021 року.

Розробник(и): **Ксьондз С.В.**, к.е.н., доцент кафедри бізнесу та управління персоналом, **Тодорюк С.І.**, к.е.н., асистент кафедри бізнесу та управління персоналом.

Викладач: **Ксьондз С.В.**, к.е.н., доцент кафедри бізнесу та управління персоналом.

Погоджено з гарантом ОП і затверджено на засіданні кафедри бізнесу та управління персоналом

Протокол № __ від “__” _____ 2024 року

Завідувач кафедри _____

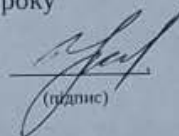

(підпис)

Л.Д. Водянка
(прізвище та ініціали)

Схвалено методичною радою економічного факультету

Протокол № __ від “__” _____ 202__ року

Голова методичної ради економічного факультету _____

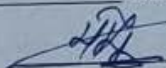

(підпис)

Никифорак І. І
(прізвище та ініціали)

Схвалено методичною радою НН ІФТКН

Протокол № __ від “__” _____ 202__ року

Голова методичної ради НН ІФТКН _____



Козярьський І.П.

Мета навчальної дисципліни:

Основною метою викладання дисципліни «Економіка, підприємництво та маркетинг» є формування системи спеціальних знань щодо економіки підприємства, особливостей створення та функціонування підприємств, маркетингу, вивчення особливостей проведення маркетингових досліджень, розробки стратегій ціноутворення та просування товару на ринок.

Пререквізити.

Вивчення даної навчальної дисципліни є базою для отримання системи спеціальних знань щодо економіки підприємства, особливостей створення та функціонування підприємств, маркетингу, вивчення особливостей проведення маркетингових досліджень, розробки стратегій ціноутворення та просування товару на ринок.

Завдання вивчення навчальної дисципліни

Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є: надання теоретичних знань щодо економіки та економічних процесів на мікро-, мезо-, макrorівнях; розкриття сутності, місця та ролі підприємництва та маркетингу в системі «виробництво-обмін-розподіл-споживання» матеріальних та духовних благ. Отримання практичних навичок та компетенцій з використання та закріплення теоретичних знань отриманих аудиторно та самостійно.

Результати навчання

Загальні компетентності

- ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, до застосування знань у практичних ситуаціях;
- ЗК2. Знання й розуміння предметної області та професійної діяльності;
- ЗК5. Здатність діяти автономно, приймати обґрунтовані рішення у професійній діяльності і відповідати за їх виконання, діяти відповідально і свідомо на основі чинного законодавства та етичних міркувань (мотивів);
- ЗК8. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та значення у розвитку суспільства, техніки і технологій.

Фахові компетентності

- ФК1. Здатність перенесення системи наукових знань у професійну діяльність та в площину навчального предмету;
- ФК4. Здатність формувати і розвивати в учнів ключові та предметні компетентності засобами навчального предмету та інтегрованого навчання.

Предметні компетентності

- ПК3. Здатність до засвоєння традиційних та інноваційних технологій і методів предметно-перетворювальної діяльності; загальних (методологічних, економічних, ергономічних, екологічних тощо) питань розвитку техніки та виробництва, будови й принципів дії технічних систем.

Вивчення даної навчальної дисципліни забезпечує досягнення здобувачем наступних **програмних результатів навчання (РН):**

- РН7. Демонструвати знання основ фундаментальних і прикладних наук (відповідно до предметної спеціальності), оперувати базовими категоріями та поняттями предметної області спеціальності.
- РН23. Пояснювати принципи доцільного добору матеріалів, інструменту й устаткування з урахуванням проектно-технологічної документації, дотримання екологічної безпеки та санітарно-гігієнічних вимог, оцінки якості й економічності виробу.

Опис змісту робочої програми навчальної дисципліни
Загальна інформація

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекцій	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	3	6	3	90	30	-	15	-	45	-	залік

Структура змісту навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем навчальних занять	Кількість годин					
	денна форма					
	усього	у тому числі				
		Л	П	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7
Змістовий модуль 1: Економіка підприємства						
Тема 1. Підприємство як основна ланка економіки	9	2	2			5
Тема 2. Система управління на підприємстві	8	2	1			5
Тема 3. Система планування та контролю на підприємстві	8	2	1			5
Тема 4. Ресурсний потенціал підприємства	9	2	2			5
Тема 5. Персонал, продуктивність та оплата праці	11	4	2			5
Тема 6. Основні техніко-економічні показники діяльності підприємства	11	4	2			5
Разом за змістовим модулем 1	56	16	10			30
Змістовий модуль 2: Маркетинг						
Тема 7. Суть та основні поняття маркетингу	6	2	1			3
Тема 8. Маркетингове середовище підприємства	8	4	1			3
Тема 9. Маркетингові дослідження	6	2	1			3
Тема 10. Маркетингова товарна політика підприємства	8	4	1			3
Тема 11. Маркетингова цінова політика підприємства	6	2	1			3

<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	34	14	5			1
Усього годин	90	30	15			5

Тематика лекційних занять з преліком питань

№	Назва теми з основними питаннями — план (виділене жирним)
1	Тема 1. Підприємство як основна ланка економіки 1.1. Економіка підприємства як галузь науки. 1.2. Підприємство як економічний суб'єкт. 1.3. Класифікація підприємств
2	Тема 2. Система управління на підприємстві 2.1. Поняття та суть системи управління підприємством. 2.2. Функції управління. 2.3. Методи управління. 2.4. Організаційна структура управління підприємством.
3	Тема 3. Система планування та контролю на підприємстві. 3.1 Суть принципи та методи планування. 3.2. Види планування. 3.3. Суть та види контролю на підприємстві.
4	Тема 4. Ресурсний потенціал підприємства. 4.1. Матеріально-технічні ресурси підприємства. 4.2. Поняття та види нематеріальних ресурсів. 4.3. Трудові ресурси. Кадровий потенціал підприємства. 4.4 Фінансові ресурси та джерела їх формування.
5	Тема 5. Персонал, продуктивність та оплата праці. 5.1. Поняття продуктивності праці та її соціально-економічне значення. 5.2. Методи вимірювання продуктивності праці. 5.3. Фактори й пофакторний аналіз продуктивності праці.
6	Тема 6. Основні техніко-економічні показники діяльності підприємства 6.1. Основні технічні показник діяльності підприємства. 6.2. Основні економічні показники діяльності підприємства. 6.3. Обґрунтування добору та інформаційне забезпечення системи основних техніко-економічних показників..
7	Тема 7. Суть та основні поняття маркетингу. 7.1. Функції, принципи та завдання маркетингу. 7.2. Сучасні концепції розвитку маркетингу. 7.3. Система засобів маркетингу.
8.	Тема 8. Маркетингове середовище підприємства. 8.1. Суть маркетингової цінової політики 8.2. Класифікація цін 8.3. Класифікація маркетингових стратегій ціноутворення. 8.4. Методи ціноутворення.
9.	Тема 9. Маркетингові дослідження. 9.1. Фактори та показники маркетингового мікросередовища. 9.2. Маркетингові посередники. 9.3 Основні складові конкурентного середовища. 9.4 Споживачі. 9.5 Макросередовище.
10.	Тема 10. Маркетингова товарна політика підприємства. 10.1. ЖЦТ та характеристика його стадій в маркетингу. 10.2. Товар та його комерційні характеристики.

	10.3. Марка, товарний знак їх види, функції та класифікація. <i>10.4. Якість та конкурентоспроможність продукції.</i>
11.	Тема 11. Маркетингова цінова політика підприємства. <i>11.1. Суть маркетингової цінової політики</i> <i>11.2. Класифікація цін</i> 11.3. Класифікація маркетингових стратегій ціноутворення 11.4. Методи ціноутворення

Тематика самостійної роботи студентів з преліком питань

№	Назва теми з основними питаннями — план (виділено жирним курсивом)
1	Тема 1. Підприємство як основна ланка економіки 1.1. Економіка підприємства як галузь науки. 1.2. Підприємство як економічний суб'єкт. 1.3. Класифікація підприємств
2	Тема 2. Система управління на підприємстві 2.1. Поняття та суть системи управління підприємством. 2.2. Функції управління. 2.3. Методи управління. 2.4. Організаційна структура управління підприємством.
3	Тема 3. Система планування та контролю на підприємстві. 3.1 Суть принципи та методи планування. 3.2. Види планування. 3.3. Суть та види контролю на підприємстві.
4	Тема 4. Ресурсний потенціал підприємства. 4.1. Матеріально-технічні ресурси підприємства. 4.2. Поняття та види нематеріальних ресурсів. 4.3. Трудові ресурси. Кадровий потенціал підприємства. 4.4 Фінансові ресурси та джерела їх формування.
5	Тема 5. Персонал, продуктивність та оплата праці. 5.1. Поняття продуктивності праці та її соціально-економічне значення. 5.2. Методи вимірювання продуктивності праці. 5.3. Фактори й пофакторний аналіз продуктивності праці.
6	Тема 6. Основні техніко-економічні показники діяльності підприємства 6.1. Основні технічні показники діяльності підприємства. 6.2. Основні економічні показники діяльності підприємства. 6.3. Обґрунтування добору та інформаційне забезпечення системи основних техніко-економічних показників..
7	Тема 7. Суть та основні поняття маркетингу. 7.1. Функції, принципи та завдання маркетингу. 7.2. Сучасні концепції розвитку маркетингу. 7.3. Система засобів маркетингу.
8.	Тема 8. Маркетингове середовище підприємства. 8.1. Суть маркетингової цінової політики 8.2. Класифікація цін 8.3. Класифікація маркетингових стратегій ціноутворення 8.4. Методи ціноутворення
9.	Тема 9. Маркетингові дослідження. 9.1. Фактори та показники маркетингового мікросередовища. 9.2. Маркетингові посередники. 9.3 Основні складові конкурентного середовища. 9.4 Споживачі. 9.5 Макросередовище.
10.	Тема 10. Маркетингова товарна політика підприємства. 10.1. ЖЦТ та характеристика його стадій в маркетингу. 10.2. Товар та його комерційні характеристики.

	10.3. Марка, товарний знак їх види, функції та класифікація. 10.4. Якість та конкурентоспроможність продукції.
11.	Тема 11. Маркетингова цінова політика підприємства. 11.1. Суть маркетингової цінової політики 11.2. Класифікація цін 11.3. Класифікація маркетингових стратегій ціноутворення 11.4. Методи ціноутворення

Тематика семінарських занять з преліком питань

№	Назва теми з основними питаннями — план
1	Тема 1. Підприємство як основна ланка економіки 1.1. Економіка підприємства як галузь науки. 1.2. Підприємство як економічний суб'єкт. 1.3. Класифікація підприємств
2	Тема 2. Система управління на підприємстві 2.1. Поняття та суть системи управління підприємством. 2.2. Функції управління. 2.3. Методи управління. 2.4. Організаційна структура управління підприємством.
3	Тема 3. Система планування та контролю на підприємстві. 3.1 Суть принципи та методи планування. 3.2. Види планування. 3.3. Суть та види контролю на підприємстві.
4	Тема 4. Ресурсний потенціал підприємства. 4.1. Матеріально-технічні ресурси підприємства. 4.2. Поняття та види нематеріальних ресурсів. 4.3. Трудові ресурси. Кадровий потенціал підприємства. 4.4 Фінансові ресурси та джерела їх формування.
5	Тема 5. Персонал, продуктивність та оплата праці. 5.1. Поняття продуктивності праці та її соціально-економічне значення. 5.2. Методи вимірювання продуктивності праці. 5.3. Фактори й пофакторний аналіз продуктивності праці.
6	Тема 6. Основні техніко-економічні показники діяльності підприємства 6.1. Основні технічні показник діяльності підприємства. 6.2. Основні економічні показники діяльності підприємства. 6.3. Обґрунтування добору та інформаційне забезпечення системи основних техніко-економічних показників..
7	Тема 7. Суть та основні поняття маркетингу. 7.1. Функції, принципи та завдання маркетингу. 7.2. Сучасні концепції розвитку маркетингу. 7.3. Система засобів маркетингу.
8.	Тема 8. Маркетингове середовище підприємства. 8.1. Суть маркетингової цінової політики 8.2. Класифікація цін 8.3. Класифікація маркетингових стратегій ціноутворення 8.4. Методи ціноутворення
9.	Тема 9. Маркетингові дослідження. 9.1. Фактори та показники маркетингового мікросередовища. 9.2. Маркетингові посередники. 9.3 Основні складові конкурентного середовища. 9.4 Споживачі. 9.5 Макросередовище.
10.	Тема 10. Маркетингова товарна політика підприємства. 10.1. ЖЦТ та характеристика його стадій в маркетингу. 10.2. Товар та його комерційні характеристики.

	10.3. Марка, товарний знак їх види, функції та класифікація. 10.4. Якість та конкурентоспроможність продукції.
11.	Тема 11. Маркетингова цінова політика підприємства. 11.1. Суть маркетингової цінової політики 11.2. Класифікація цін 11.3. Класифікація маркетингових стратегій ціноутворення 11.4. Методи ціноутворення

Тематика індивідуальних завдань
(у формі текстів доповідей, есеїв та реферативних матеріалів)

1. Оцінка сучасного стану економіки та основні напрями ринкових перетворень в Україні.
2. Класифікація підприємств.
3. Малий бізнес і його значення для становлення ринкових відносин в Україні.
4. Організаційно-правові форми підприємств, особливості їх створення.
5. Зовнішнє середовище господарювання підприємств.
6. Внутрішнє середовище господарювання підприємств.
7. Формування виробничого процесу і його структура.
8. Основні форми й напрями удосконалення матеріально-технічного забезпечення в Україні.
9. Форми організації промислового виробництва та їх особливості в умовах переходу до ринкових відносин.
10. Виробнича інфраструктура підприємства, її значення та напрями вдосконалення.
11. Соціальна інфраструктура підприємства, її значення та напрями вдосконалення.
12. Управління підприємством.
13. Бюрократичні і адаптивні організаційні структури управління підприємством.
14. Формування виробничої програми підприємства в умовах ринкової економіки.
15. Конкурентоспроможність продукції, основні методи її оцінки та напрями підвищення.
16. Проблема зайнятості й основні напрями її вирішення в Україні.
17. Соціальний захист населення в Україні.
18. Механізм державного регулювання оплати праці в Україні.
19. Регулювання оплати праці найманих працівників на основі тарифних угод.
20. Організація оплати праці на підприємствах.
21. Стан і основні напрями удосконалення оплати праці в Україні.
22. Зарубіжний досвід організації оплати праці.
23. Стан основних засобів на підприємствах України й основні напрями підвищення ефективності їх використання.
24. Сучасна амортизаційна політика в Україні.
25. Нематеріальні активи підприємства, їх склад, види, функції.
26. Напрями підвищення ефективності використання обігових коштів в Україні.
27. Інвестиційна діяльність на підприємстві.
28. Напрями науково-технічного прогресу. Основні напрями й проблеми розвитку науки та техніки в Україні.
29. Методи оцінки ефективності реальних інвестицій.
30. Виробнича потужність, методика її визначення, шляхи підвищення ефективності використання.
31. Якість продукції, основні напрями її підвищення.
32. Класифікація витрат підприємства, основні напрями їх зменшення в умовах ринкової економіки.
33. Політика ціноутворення на підприємстві.
34. Прибуток – найважливіший показник діяльності підприємства. Формування й напрями використання прибутку в умовах ринкової економіки.
35. Оцінка економічної ефективності діяльності підприємства.

36. Напрями підвищення ефективності діяльності на підприємстві.
37. Антикризисна система управління підприємством.
38. Економічна безпека підприємства.
39. Масштаби й тенденції банкрутства підприємств в Україні.
40. Реструктуризація й санація підприємств: вітчизняний і зарубіжний досвід

Методи навчання

Дисципліною передбачене проведення лекцій, семінарських занять. Самостійна робота, пов'язана з опрацюванням матеріалів лекцій та літературних джерел за відповідною тематикою, супроводжується формуванням напрацювань, що в подальшому буде використане під час заліку. Для досягнення освітньої мети й прогнозованих програмних результатів у дисципліні використовуються інтерактивні методи навчання: робота в малих групах та інші освітні технології.

методи навчання:

лекції: пояснювально-ілюстративний метод, презентації;

робота з книгою: з навчально-методичною, науковою та нормативною літературою;

практичні заняття: репродуктивний метод, дослідницький метод;

лабораторні заняття: метод проблемного підходу, дослідницький метод;

самостійна робота: підготовка презентацій, рефератів, а також формуванням напрацювань для виконання і захисту лабораторних робіт.

Система контролю та оцінювання

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються наступні методи контролю навчальних досягнень студентів

Опитування,

Експрес опитування

Фронтальне опитування

Тестування

Письмові роботи

Розв'язок задач

Захист лабораторних робіт

Форма підсумкового контролю є залік.

Контроль та оцінювання навчальних досягнень студентів у процесі вивчення навчальної дисципліни

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Основи теорії технологічної освіти» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь, навичок тощо.

Поточний контроль проводиться науково-педагогічним працівником на всіх видах аудиторних занять. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки здобувачів освіти до виконання конкретної роботи. Основна мета поточного контролю забезпечення зворотного зв'язку між науково-педагогічними працівниками та студентами у процесі навчання, забезпечення управління навчальною мотивацією студентів.

Методи поточного контролю

Усне опитування – бесіда, розповідь студента, роз'яснення. Основою усного контролю слугує монологічна відповідь студента (у підсумковому контролі це більш повний, системний виклад) або запитально-відповідальна форма – бесіда. Усний контроль, як поточний, проводиться на кожному занятті в індивідуальній, фронтальній або комбінованій формі, можуть застосовуватися дидактичні картки, ігри, технічні засоби.

Тест (тест досягнень, тематичне тестування) – це набір стандартизованих завдань з визначеного матеріалу, який встановлює ступінь засвоєння його студентами. Перевага тестів у їх

об'єктивності, тобто незалежності перевірки та оцінки знань від викладача.

Письмові роботи – забезпечують глибоку і всебічну перевірку засвоєння матеріалу. У письмовій роботі студенту необхідно показати і теоретичні знання, і вміння застосовувати їх для розв'язування практичних ситуацій.

Модуль-контроль: перевірка знань, шляхом написання контрольної роботи, що включає ряд теоретичних питань, тестових та творчих завдань з обсягу викладеного на лекціях та опрацьованого на семінарських заняттях матеріалу та засвоєного студентами у звітний модульний період.

Критерії оцінювання результатів поточного та підсумкового контролю

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота													Іспит	Сума
ЗМ 1							ЗМ 2							
Т е м а. 1.	Т е м а 2. .	Т е м а 3. .	Т е м а 4. .	Т е м а 5.	Т е м а 6.	М .к .р .1	Т е м а 7. .	Т е м а 8. .	Т е м а 9. .	Т е м а 10. .	Т е м а 11. .	М .к .р .2		
2	2	2	2	4	3	15	3	3	3	3	3	15	40	100

T1.1, T1.2 ... T2.3 – теми змістових модулів. Оцінка за опрацювання питань, винесених на самостійну роботу, враховується у загальній кількості балів за відповідною темою.

Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів за результатами поточного контролю

Рейтинг студента з дисципліни складається з балів, що він отримує за:

- 1) модульний контрольний захід (30 балів);
- 2) поточний контроль оцінюється робота студентів на семінарських заняттях, виконання завдань для самостійного опрацювання студентами, виконання практичних завдань, творчих робіт, презентацій, тестових і письмових робіт (30 балів);
- 3) відповідь під час заліку (40 балів);
- 4) виконання індивідуальних завдань або участь у неформальній/інформальній освіті, зарахування результатів навчання здійснюється згідно положення «Про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича» та рішення кафедри.

Модульний контроль (письмова робота)

28-30 балів отримують студенти, які повно та ґрунтовно розкрили теоретичні питання, використавши при цьому не лише обов'язкову, а й додаткову літературу.

21-27 отримують студенти, які в цілому розкрили теоретичні питання, однак не повно і допустивши деякі неточності. При цьому не використавши на достатньому рівні обов'язкову літературу.

15-20 балів отримують студенти, які правильно визначили сутність питання, але розкрили його не повністю, допустивши деякі незначні помилки.

9-14 балів отримують студенти, які правильно визначили сутність питання, розкривши його лише частково і допустивши при цьому окремі помилки, котрі не впливають на загальне розуміння питання.

4-8 балів отримують студенти, які правильно визначили сутність питання, недостатньо або поверхово розкривши більшість його окремих положень і допустивши при цьому окремі помилки, які частково вплинули на загальне розуміння проблеми.

1-3 бали отримують студенти, які поверхово розкрили окремі положення окремого питання і допустили при цьому суттєві помилки, котрі значно вплинули на загальне розуміння питання.

Поточний контроль

Такий вид контролю може здійснюватися у таких формах:

- вибіркове усне опитування на початку заняття;
- фронтальне стандартизоване опитування під час семінарських занять;
- фронтальна перевірка готовності студентів до заняття;
- письмові відповіді на окремі питання семінарського заняття;
- захист мультимедійних презентацій.

Максимальна кількість балів за роботу на одному семінарському занятті становить 5 балів.

Критерії оцінювання результатів навчання (з навчальної дисципліни) на підсумковому контролі

Підсумковий контроль проводиться у формі заліку після закінчення вивчення навчальної дисципліни.

Підсумковий контроль (письмова робота)

36-40 балів виставляється, коли студент дає абсолютно правильні відповіді на теоретичні питання з викладенням оригінальних висновків, отриманих на основі програмного, додаткового матеріалу та нормативних документів. При виконанні практичного завдання студент застосовує системні знання навчального матеріалу, передбачені навчальною програмою.

31-35 бал виставляється студенту, який повністю розкрив теоретичні питання на основі програмного та додаткового матеріалу. При виконанні практичних завдань студент застосовує узагальнені знання навчального матеріалу, передбачені навчальною програмою.

20-30 балів виставляється студенту, який повністю розкрив теоретичні питання, а програмний матеріал викладено у відповідності до вимог. Практичні завдання виконані в цілому правильно, але мають місце окремі неточності.

20 балів виставляється, коли студент розкрив теоретичні питання, проте при викладенні програмного матеріалу допущені окремі помилки. При виконанні практичних завдань студент припускається помилок, за рахунок недостатнього розуміння програмного матеріалу.

15 балів виставляється, коли студент неповністю розкрив теоретичні питання. При виконанні практичних завдань студент припускається значних помилок, а виконання завдань викликає значні труднощі у студента.

10 балів виставляється студенту, який не розкрив теоретичні питання і не може виконати практичні завдання. Як правило такий студент виявляє здатність до викладення думки лише на елементарному рівні.

Підсумкова оцінка, як показник результатів вивчення навчальної дисципліни, складається із сумарної кількості балів за поточне оцінювання – **60 балів** та підсумкового модуль-контролю (залік) – **40 балів**, за **100-бальною університетською шкалою та шкалою ЄКТС**.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	
	Оцінка (бали)	Пояснення за розширеною шкалою
Відмінно	A (90-100)	відмінно
Добре	B (80-89)	дуже добре
	C (70-79)	добре
Задовільно	D (60-69)	задовільно
	E (50-59)	достатньо
Незадовільно	FX (35-49)	(незадовільно) з можливістю повторного складання
	F (1-34)	(незадовільно) з обов'язковим самостійним повторним опрацюванням освітнього

Зарахування результатів неформальної освіти

Відповідно до «Положення про взаємодію формальної та неформальної освіти, визнання результатів навчання (здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти, в системі формальної освіти) у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича (протокол №16 від 25 листопада 2024 року) (<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/poriadok-vyznannia-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha-rezultativ-navchannia-zdobutykh-shliakhom-neformalnoi-taabo-informalnoi-osvity/>) у процесі вивчення дисципліни здобувачу освіти може бути зараховано до 25% балів, отриманих за результатами неформальної та/ або інформальної освіти з проблем, що відповідають тематиці курсу.

Рекомендована література

Основна література:

1. Бойчик І.М Економіка підприємства: підручник. Київ : Кондор - Видавництво, 2016. 378 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2019. 612 с.
3. Юр'єва Т.П. Економіка підприємств міського господарства. Харків : ХНАМГ, 2006. 254 с.
4. Романченко Н.В., Кожемякіна Т.В., Пічик К.В. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : НаУКМА, 2018. 304 с.

Додаткова література:

5. Агафонова Л.Г., Рога О.В. Підготовка бізнес-плану: практикум. Київ.: Т-во «Знання», КОО, 2001. 158 с.
6. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чеботар С.І. Основи підприємницької діяльності: Навчальний посібник. Київ, ВЦ "Академія", 2005. 280 с.
7. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : монографія. Київ : ЦУЛ, 2019. 252с.
8. Лаврова Ю.В. Економіка підприємства та маркетинг: конспект лекцій. Харків, 2012. 113 с.
URL: <https://buklib.net/books/37178/>
9. Бойчик І.М Економіка підприємства: підручник. Київ : Кондор, 2016. 378 с.
10. Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю. Економіка підприємства: навчальний посібник для практичних занять і самостійної роботи студентів вищих навчальних закладів. Харків : ХНАДУ, 2018. 292 с.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Верховної ради України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>
2. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України // Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>
4. Офіційний сайт Державної служби зайнятості. URL: <http://www.dcz.gov.ua>

Політика академічної доброчесності

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- ✓ «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets-koho-natsionalnoho-universytetu.pdf> ;
- ✓ «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023plusdodatky-31102023.pdf> .

