

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ВСП «БОБРИНЕЦЬКИЙ АГРАРНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ІМ.В.ПОРИКА  
БІЛОЦЕРКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»**

**ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ»**

**(22A41)**

галузь знань	20 Аграрні науки та продовольство
спеціальність	201 Агрономія
кваліфікація	фаховий молодший бакалавр з агрономії
відділення	Агрономія та землевпорядкування

2025-2026 навчальний рік

Програма навчальної дисципліни «Основи підприємства, менеджменту та маркетингу» для здобувачів фахової передвищої освіти за спеціальністю 201 Агрономія кваліфікації «фаховий молодший бакалавр з агрономії» - Бобринець: ВСП «Бобринецький АФК ім. В. Порика БНАУ», 2025. - 19 с.

Укладач: Я.М. Чичирко – викладач економічних дисциплін, кваліфікаційна категорія спеціаліст першої категорії.

Програму схвалено на засіданні циклової комісії спеціальності Н1 Агрономія

Протокол № 2 від 10.09.2025

Голова циклової комісії



Вікторія МУЗИКА

Схвалено методичною радою ВСП «Бобринецький АФК ім. В. Порика БНАУ»

Протокол № 2 від 11.09.2025р

Голова методичної ради



Тетяна БОНДАРЕВСЬКА

© Чичирко Я. М., 2025 рік

**ЗМІСТ**

**ЗМІСТ**

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ»	5
3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ	6
4. СФОРМОВАНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ, РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	6
5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ПІДПРИЄМСТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ»	7
6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	8
7. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	10
7.1. Лекції	10
7.2. Практичні заняття	12
7.3. Самостійна робота	13
8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ	13
9. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ	14
10. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	14
11. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	14
12. ПЕРЕЛІК НАОЧНИХ ТА ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ	15
13. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	15

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Згідно з навчальним планом на 2025-2026 навчальний рік, на вивчення дисципліни «Основи підприємництва, менеджменту та маркетингу» (ВК11) для денної форми навчання виділено всього 90 академічних годин (3 кредити ECTS), у т. ч. аудиторних – 60 години (лекції – 50 годин, практичні заняття – 10 годин, самостійна робота – 30 годин).

Опис навчальної дисципліни за показниками та формами навчання наведено в таблиці:

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		Денна форма навчання
Кількість кредитів відповідних ECTS - 3	Галузь знань 20 Аграрні науки і продовольство	Вибіркова
Кількість розділів - 3	Спеціальність – 201 Агрономія	Рік підготовки 4-й
Кількість тем - 16		Семестр
Загальна кількість годин 90 годин		7-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних - 6 годин СРС-4 години	Освітньо - професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр	Лекції
		50 год
		Практичні
		10 год
		Самостійна робота
		30 год
		Вид контролю: диференційований залік

## **2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ»**

Запровадження в економіку України ринкових форм господарювання вимагає відповідного рівня економічних знань у фахівців народного господарства. В умовах невизначеності, що породжується змінами зовнішнього та внутрішнього середовища у кожного учасника підприємницької діяльності з'являються нові обов'язки і нові ролі.

Курс «Основи підприємництва, менеджменту та маркетингу» відноситься до циклу дисциплін, які формують профіль майбутнього фахівця, озброюючи його основами теорії та практики управління суб'єктами господарювання в умовах ринкової економіки.

**Метою курсу** є формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у сфері підприємництва, менеджменту та маркетингу; розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень.

**Завданням** вивчення дисципліни є теоретична підготовка студентів з питань сутності основних понять і категорій підприємництва, менеджменту та маркетингу; системи методів менеджменту; основ прийняття управлінських рішень; формування комунікацій та управління групами; основ планування, організації, мотивації та контролю діяльності; проведення маркетингових досліджень та розуміння основних складових комплексу маркетингу; ознайомлення з правовою базою підприємництва, видами підприємств та об'єднань підприємств, організаційно-правовими формами господарювання, видами господарської діяльності та технологією створення власної справи.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні **знати:**

- особливості організації і здійснення підприємницької діяльності;
- ринкову інфраструктуру аграрного ринку;
- організаційні форми підприємництва;
- технологію започаткування власної справи;
- систему фінансового обслуговування і забезпечення підприємництва; маркетингових комунікацій, управління і контролю маркетингу;
- основи ділової етики підприємництва, товарної і цінової політики підприємств;
- суть, функції і принципи менеджменту і маркетингу;

- методи та прийоми управління, здійснення маркетингових досліджень;  
**уміти:**
- проводити дослідження ринкового середовища та знаходити можливості застосування конкурентних переваг;
- розраховувати потребу у фінансових ресурсах та ефективно управляти ними;
- розробляти елементи бізнес-плану;
- приймати рішення в ситуаціях невизначеності та ризику.

Дисципліна «Основи підприємства, менеджменту та маркетингу» надає майбутнім спеціалістам базові знання в галузі підприємництва, менеджменту, маркетингу.

### 3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Основи підприємництва, менеджменту та маркетингу» базується на знаннях таких дисциплін: «Економіка сільського господарства», «Організація і планування діяльності аграрних формувань», «Основи правознавства».

### 4. СФОРМОВАНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ, РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

#### Сформовані компетентності

Символ компетентності	Сформовані компетентності
<b>ЗК3</b>	Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
<b>ЗК5</b>	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
<b>ЗК6</b>	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
<b>ЗК7</b>	Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології
<b>СК1</b>	Здатність використовувати базові знання з фахових дисциплін у професійній діяльності.
<b>СК11</b>	Здатність прогнозувати можливості реалізації сільськогосподарської продукції в умовах існуючого ринкового середовища.
<b>СК16</b>	Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту та маркетингу, планувати діяльність організації та управляти часом.

### Результати навчання

Символ результатів навчання	Результати навчання з дисципліни
<b>PH 1</b>	Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні та теоретичні знання для розв'язання практичних ситуацій у сфері агрономії.
<b>PH 6</b>	Виявляти та вирішувати виробничі проблеми з урахуванням зональних умов, а також технологічних, правових, економічних, екологічних та етичних аспектів.
<b>PH 15</b>	Планувати, аналізувати, контролювати й оцінювати власну роботу та роботу інших осіб у сфері агрономії та сільськогосподарського виробництва.
<b>PH 16</b>	Організовувати та здійснювати управління виробничою діяльністю у сфері агрономії в умовах, що можуть зазнавати непередбачуваних змін, застосовувати методи менеджменту та маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

## 5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ»

Загальний обсяг навчального часу, відведеного на вивчення дисципліни складає 90 годин, у тому числі – 50 годин - лекцій, 10 годин - практичних занять, 26 годин - самостійна робота студентів.

Програму дисципліни поділено на три розділи. Поточний контроль проводиться у формі тестових контрольних робіт. Підсумковий контроль передбачає складання диференційованого заліку.

### ***Розділ 1 - Основи підприємництва***

Тема 1.1. Вступ. Економічна суть, особливості організації і розвитку підприємництва.

Тема 1.2. Економічні основи, правові засади підприємництва.

Тема 1.3. Організаційні основи та форми підприємництва.

Тема 1.4. Фінансове обслуговування і забезпечення функціонування підприємництва.

Тема 1.5. Ризик і страхування підприємницької діяльності.

Тема 1.6. Ділова етика підприємницьких структур.

Тема 1.7. Бізнес-планування як основа виробничої діяльності підприємства.

### ***Розділ 2 – Організація управління підприємством***

Тема 2.1. Поняття і сутність менеджменту. Організація як об'єкт управління в менеджменті.

Тема 2.2. Планування та організація діяльності.

Тема 2.3. Функції мотивації та контролю.

Тема 2.4. Керівництво та лідерство в організаціях. Прийняття управлінських рішень у менеджменті.

Тема 2.5. Інформація і комунікація в менеджменті.

### **Розділ 3 – Організація маркетингової діяльності на підприємстві**

Тема 3.1. Суть, принципи, методи та цілі маркетингу.

Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації.

Тема 3.2. Споживчі ринки та поведінка покупців.

Тема 3.3. Маркетингова товарна та цінова політика.

Тема 3.4. Комплекс маркетингових комунікацій.

## **6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Назви розділів і тем	Кількість годин			
	усього	у тому числі		
		лекції	практичні	самостійна робота
<b>Розділ 1 - Основи підприємництва</b>				
Тема 1.1. Вступ. Економічна суть, особливості організації і розвитку підприємництва.	2	2		
Тема 1.2. Економічні основи, правові засади підприємництва.	8	2	2	4
Тема 1.3. Організаційні основи та форми підприємництва.	4	4		
Тема 1.4. Фінансове обслуговування і забезпечення функціонування підприємництва.	2	2		
Тема 1.5. Ризик і страхування підприємницької діяльності.	4	2		2
Тема 1.6. Ділова етика підприємницьких структур.	4	2		2
Тема 1.7. Бізнес-планування як основа виробничої діяльності підприємства.	8	4	2	2
<b>Усього за розділ 1</b>	<b>32</b>	<b>20</b>	<b>4</b>	<b>10</b>
<b>Розділ 2 – Організація управління підприємством</b>				
Тема 2.1. Поняття і сутність менеджменту. Організація як об'єкт управління в менеджменті.	6	4		2

Тема 2.2. Планування та організація діяльності.	6	4		2
Тема 2.3. Функції мотивації та контролю.	8	4	2	2
Тема 2.4. Керівництво та лідерство в організаціях. Прийняття управлінських рішень у менеджменті.	8	4	2	2
Тема 2.5. Інформація і комунікація в менеджменті.	4	2		2
<b>Усього за розділ 2</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>10</b>
<b><i>Розділ 3 – Організація маркетингової діяльності на підприємстві</i></b>				
Тема 3.1. Суть, принципи, методи та цілі маркетингу. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації.	6	4		2
Тема 3.2. Споживчі ринки та поведінка покупців.	4	2		2
Тема 3.3. Маркетингова товарна та цінова політика.	10	4	2	4
Тема 3.4. Комплекс маркетингових комунікацій.	6	4		2
<b>Усього за розділ 3</b>	<b>26</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>10</b>
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>50</b>	<b>10</b>	<b>30</b>

## 7. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## 7.1. Лекції

Тема і зміст лекції	Кількість годин
<b>Розділ I - Основи підприємництва</b>	
<p><b>Тема 1.1. Вступ. Економічна суть, особливості організації і розвитку підприємництва</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття і роль підприємництва в сучасних умовах. Об'єкти та суб'єкти підприємництва.</li> <li>2. Історичний розвиток поняття "підприємство".</li> <li>3. Рушійні сили, стратегія і тактика підприємництва.</li> <li>5. Функції і модель бізнесу.</li> </ol>	2
<p><b>Тема 1.2. Економічні основи, правові засади підприємництва</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Правове регулювання підприємницької діяльності.</li> <li>2. Економічне забезпечення підприємницької діяльності.</li> <li>3. Свобода і обмеження у здійсненні підприємницької діяльності.</li> <li>4. Підприємець - ключова фігура бізнесу.</li> <li>5. Підприємницька правоздатність.</li> </ol>	2
<p><b>Тема 1.3. Організаційні основи та форми підприємництва</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Процес державної реєстрації підприємства.</li> <li>2. Припинення діяльності.</li> <li>3. Види підприємницької діяльності.</li> <li>4. Класифікація підприємств.</li> </ol>	4
<p><b>Тема 1.4. Фінансове обслуговування і забезпечення функціонування підприємництва</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Значення фінансового забезпечення підприємництва.</li> <li>2. Лізинг як форма фінансування.</li> <li>3. Податкова система, принципи її функціонування. Види податків.</li> </ol>	2
<p><b>Тема 1.5. Ризик і страхування підприємницької діяльності</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття ризиків у підприємницькій діяльності.</li> <li>2. Види підприємницьких ризиків.</li> <li>3. Втрати від ризику.</li> <li>4. Фактори виникнення ризиків.</li> </ol>	2
<p><b>Тема 1.6. Ділова етика підприємницьких структур</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ділова етика підприємництва.</li> <li>2. Соціальна відповідальність бізнесу.</li> <li>3. Комерційна таємниця на підприємстві.</li> </ol>	2
<p><b>Тема 1.7. Бізнес-планування як основа виробничої діяльності підприємства.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бізнес-план як інструмент виробничої діяльності.</li> <li>2. Технологія складання бізнес-плану.</li> <li>3. Логіка та структура бізнес-плану.</li> </ol>	4
<p><b>Разом за розділом I</b></p>	<b>18</b>
<p><b>Тема 2.1. Поняття і сутність менеджменту. Організація як</b></p>	

<p style="text-align: center;"><b>об'єкт управління в менеджменті</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття менеджменту, його зміст, цілі і завдання.</li> <li>2. Функції менеджменту</li> <li>3. Поняття про організацію та її суть.</li> <li>4. Внутрішнє і зовнішнє середовище організації та їх вплив на ефективність управління</li> </ol>	4
<p style="text-align: center;"><b>Тема 2.2. Планування та організація діяльності</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність планування як функції управління.</li> <li>2. Стратегічне планування.</li> <li>3. Функція організації менеджменту.</li> <li>4. Організаційні структури підприємства.</li> </ol>	4
<p style="text-align: center;"><b>Тема 2.3. Функції мотивації та контролю</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мотивація як функція менеджменту.</li> <li>2. Теорії мотивації.</li> <li>3. Поняття і зміст контролю. Види контролю</li> <li>4. Процес контролю та його етапи.</li> </ol>	4
<p style="text-align: center;"><b>Тема 2.4. Керівництво та лідерство в організаціях. Прийняття управлінських рішень у менеджменті</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття: керівництво і лідерство. Основні форми влади.</li> <li>2. Стили керівництва.</li> <li>3. Рішення як форма здійснення управління.</li> <li>4. Процес прийняття управлінських рішень.</li> </ol>	4
<p style="text-align: center;"><b>Тема 2.5. Інформація і комунікація в менеджменті.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття інформації, її суть та значення в процесі менеджменту.</li> <li>2. Сутність комунікацій. Комунікаційний процес, його елементи.</li> <li>3. Основні комунікаційні бар'єри.</li> </ol>	2
<p><b>Разом за розділом 2</b></p>	<b>18</b>
<p style="text-align: center;"><b>Тема 3.1. Суть, принципи, методи та цілі маркетингу. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття маркетингу, його сутність, основна мета і цілі.</li> <li>2. Концепції маркетингу.</li> <li>3. Принципи і функції маркетингу.</li> </ol>	4
<p style="text-align: center;"><b>Тема 3.2. Споживчі ринки та поведінка покупців.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Споживчий ринок. Дослідження потреб та типологія покупців.</li> <li>2. Процес ухвалення рішення про покупку учасниками споживчого ринку.</li> <li>3. Сегментація ринку.</li> </ol>	2
<p style="text-align: center;"><b>Тема 3.3. Маркетингова товарна та цінова політика.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетингова товарна політика та її структура.</li> <li>2. Поняття та класифікація товару.</li> <li>3. Конкурентноспроможність товару.</li> <li>4. Життєвий цикл товару.</li> <li>5. Політика ціноутворення підприємства.</li> </ol>	4

6. Фактори, що впливають на встановлення цін. 7. Методи ціноутворення. 8. Стратегії ціноутворення.	
<b>Тема 3.4. Комплекс маркетингових комунікацій.</b> 1. Суть комунікаційної політики. 2. Комплекс маркетингових комунікацій. 3. Реклама в системі маркетингових комунікацій. 4. Засоби стимулювання збуту. 5. Пропаганда товарів.	4
<b>Разом за розділом 3</b>	<b>14</b>
<b>Усього годин</b>	<b>50</b>

## 7. 2. Практичні заняття

№ п/п	Тема і зміст заняття	Кількість годин
<b>Розділ 1- Основи підприємництва</b>		
1	<b>Тема 1.2. Економічні основи, правові засади підприємництва.</b> Ознайомитися із законодавчими й нормативними актами України, які регулюють підприємницьку діяльність, на прикладі Закону України «Про підприємництво», статуту підприємства.	2
2	<b>Тема 1.7. Бізнес-планування як основа виробничої діяльності підприємства.</b> Складання плану виробництва продукції та ліміту витрат. Складання плану маркетингу, фінансового плану.	2
<b>Разом за розділом 1</b>		<b>4</b>
<b>Розділ 2 – Організація управління підприємством</b>		
3	<b>Тема 2.3. Функції мотивації та контролю.</b> Засвоїти основні засоби здійснення контролю; розглянути основні види управлінського контролювання; набути компетенцій щодо підготовки та проведення контролю різних аспектів діяльності організації; навчитися визначати недоліки в системі контролю аналізуючи ситуації.	2
4	<b>Тема 2.2. Керівництво та лідерство в організаціях.</b> Закріплення теоретичного матеріалу, формування розуміння стилів керівництва організації та особливостей їх використання.	2
<b>Разом за розділом 2</b>		<b>4</b>
<b>Розділ III – Організація маркетингової діяльності на підприємстві</b>		
5	<b>Тема 3.3. Маркетингова товарна та цінова політика.</b> Закріплення теоретичного матеріалу, формування розуміння понять товарної політики. Характеризувати	

основні етапи життєвого циклу товару та вирішення ситуацій.	2
<b>Разом за розділом 3</b>	<b>2</b>
<b>Усього годин</b>	<b>10</b>

### 7.3. Самостійна робота

Назви тем	Кількість годин
<b><i>Розділ 1 - Основи підприємництва</i></b>	
Тема 1.2. Антимонопольна діяльність держави в умовах ринкової економіки. Сучасні проблеми підприємництва в Україні.	4
Тема 1.5. Способи зниження ризиків.	2
Тема 1.6. Службовий етикет. Планування і проведення переговорів.	2
Тема 1.7. Написання бізнес-плану.	2
<b>Разом за розділом 1</b>	<b>10</b>
<b><i>Розділ 2 – Організація управління підприємством</i></b>	
Тема 2.1. Теорії становлення менеджменту.	2
Тема 2.2. Делегування, повноваження і відповідальність. Переваги і недоліки організаційних структур.	2
Тема 2.3. Методи менеджменту.	2
Тема 2.4. Управління конфліктними ситуаціями.	2
Тема 2.5. Управлінська інформація види та джерела	2
<b>Разом за розділом 2</b>	<b>10</b>
<b><i>Розділ III – Організація маркетингової діяльності на підприємстві</i></b>	
Тема 3.1. Маркетингові дослідження	2
Тема 3.2. Процес ухвалення рішення про покупку.	2
Тема 3.3. Сутність та цілі цінової політики в системі маркетингу підприємства. Фактори ціноутворення. Етапи процесу ціноутворення.	4
Тема 3.4. Засоби стимулювання збуту.	2
<b>Разом за розділом 3</b>	<b>10</b>
<b>Усього годин</b>	<b>30</b>

## 8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Під час лекційного курсу застосовуються слайдові презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint, роздатковий матеріал, малюнки і табличний матеріал, дискусійні обговорення проблемних питань.

Практичні заняття проводяться у вигляді практикумів з виконанням ситуаційних завдань. На заняттях студенти, використовуючи теоретичний матеріал, приймають рішення .

## 9. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

У процесі вивчення дисципліни «Основи підприємництва, менеджменту та маркетингу» використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, студентські презентації та вступи, поточне та підсумкове тестування.

Поточний контроль з предмету включає тематичне оцінювання та самостійну роботу студентів.

Тематичне оцінювання аудиторної та самостійної роботи студентів здійснюється на основі отриманих ними поточних оцінок за усні та письмові відповіді з предмету, самостійні, практичні роботи, виконання тестів, дискусійних обговорень проблемних питань, виконання ситуаційних завдань. Контроль за вивчені розділи проводиться у формі тестування.

Підсумковий контроль знань студентів - диференційований залік, який здійснюється на підставі результатів поточного контролю або тестування.

Кількість отриманих балів з кожного виду навчальних робіт за різними формами поточного контролю виставляється студентам у журнал академічної групи після кожного контрольного заходу.

## **10. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Оцінка за лекційне заняття виставляється за активність студента в дискусії.

Оцінку на практичному занятті студент отримує за виконані практичні роботи, зроблені доповіді, презентації, активність під час дискусій.

Під час поточного та підсумкового контролю засобами оцінювання результатів навчання з дисципліни є стандартизовані комп'ютерні тести.

## **11. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Оцінювання результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за чотирирівневою шкалою – «2», «3», «4», «5».

### **Критерії оцінювання результатів навчання за чотирирівневою шкалою**

<b>Бали</b>	<b>Критерії оцінювання</b>
<b>«Відмінно»</b>	Отримують здобувачі освіти, які виявили всебічні, систематичні і глибокі знання навчального матеріалу, вміння вільно виконувати будь – які завдання, передбачені програмою, ознайомлені з основною і додатковою літературою, що рекомендована програмою.
<b>«Добре»</b>	Отримують здобувачі освіти, які засвідчили систематичний характер знань навчально - програмового

	матеріалу, успішно виконують передбачені програмою завдання, засвоїли основну літературу, рекомендовану програмою.
<b>«Задовільно»</b>	Отримують здобувачі освіти, які виявили знання основного навчального матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання, які справляються з виконанням завдань, передбачених програмою, ознайомлені з основною літературою, рекомендованою програмою, але допустили помилки у відповіді на екзамені.
<b>«Незадовільно»</b>	Отримують здобувачі освіти, які виявили прогалини у знаннях, припустилися принципових помилок у виконанні передбачених програмою завдань, неспроможні продовжувати навчання в коледжі.

## 12. ПЕРЕЛІК НАОЧНИХ ТА ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ

### Наочні засоби:

1. Слайдові презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint.
2. Схеми, малюнки, таблиці.

### Технічні засоби:

1. Ноутбук.
2. Телевізори в навчальних аудиторіях.

## 13. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### Основна література

#### *Нормативно-правові акти*

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань» від 15.05.2003 № 755-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15>.
3. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» від 02.03.2015 № 222-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19>.
4. Закон України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану» від 15.03.2022 № 2136-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2136-20>.
5. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-ВР>.

6. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 № 4618-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>.
7. Закон України «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» (Дія City) від 15.07.2021 № 1667-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1667-20>.
8. Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» від 06.02.2018 № 2275-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19>.
9. Закон України «Про фермерське господарство» від 19.06.2003 № 973-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973-15>.
10. Земельний кодекс України від 25.10.2001 № 2768-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>.
11. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 № 322-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08>.
12. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
13. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
14. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.

### *Підручники та посібники*

1. Осовська Г. В., Копитова І. В. Основи менеджменту. Практикум: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2009. – 581 с.
2. Підприємницька діяльність та агробізнес: [підручник] / [М. М. Ільчук, Т. Д. Іщенко, П. О. Лайко та ін.]; за ред. М. М. Ільчука, Т. Д. Іщенко. – К.: Вища школа, 2006. – 543 с.
3. Стадник В. В., Йохна М. А. Менеджмент: Підручник. – К.: Академвидав, 2007. – 471 с.
4. Хміль Ф. І. Основи менеджменту: підручник / Ф. І. Хміль. – 2-ге вид., випр. і допов. – К.: Академвидав, 2007. – 576 с.
5. Шваб Л. І. Основи підприємництва: навч. посіб. для студ. ВНЗ. – К.: Каравела, 2006. – 343 с.
6. Шкільняк М. М., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: підручник. – Тернопіль: ЗУНУ, 2022. – 258 с.

### **Допоміжна література**

1. Бесєдін М. О., Нагаєв В. М. Основи менеджменту: оцінно-ситуаційний підхід (модульний варіант). Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 496 с.
2. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. – Тернопіль: ЗУНУ, 2021. – 180 с.
3. Мартин О. М. Основи маркетингу: навчальний посібник. – Львів: ЛДУ БЖД, 2015. – 409 с.
4. Мартинович Н. О., Горник В. Г., Бойченко Е. Б. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. – Київ: «Видавництво Людмила», 2021. – 323 с.
5. Менеджмент і адміністрування: підручник / О. А. Сидоров, Т. В. Альошина, Н. О. Фісуненко, Е. О. Сидорова. – Дніпро: Арт-Прес, 2023. – 352 с.

### Інформаційні ресурси

1. Державна служба статистики України — статистична інформація про діяльність підприємств та економічні показники розвитку регіонів. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Державна служба України з питань праці (Держпраці) — роз'яснення щодо трудового законодавства, охорони праці та кадрового менеджменту. URL: <https://dsp.gov.ua/>
3. Дія.Бізнес — державний портал для підприємців: бізнес-ідеї, шаблони документів, консультації та кейси з управління. URL: <https://business.dia.gov.ua/>
4. Міністерство економіки України — офіційна інформація про державну політику у сфері підприємництва, грантові програми та ліцензування. URL: <https://me.gov.ua/>
5. Офіс з розвитку підприємництва та експорту — аналітичні матеріали щодо виходу на міжнародні ринки та стратегічного планування. URL: <https://ent.gov.ua/>
6. Платформа Prometheus (Курси «Як створити стартап», «Менеджмент») — безкоштовні онлайн-курси від провідних експертів з управління. URL: <https://prometheus.org.ua/>
7. Портал «Гуртуймося» (РЕСУРСНИЙ ЦЕНТР ГУРТ) — інформація про гранти, тренінги та соціальне підприємництво в Україні. URL: <https://gurt.org.ua/>
8. Forbes Ukraine — аналітичні статті про менеджмент, успішні стратегії українських компаній та інновації в бізнесі. URL: <https://forbes.ua/>