

# ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА БІЗНЕС-КУЛЬТУРА

## 1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни.

**Мета навчальної дисципліни** полягає в у засвоєнні здобувачами вищої освіти наявних організаційних форм підприємницької діяльності, порядку утворення суб'єктів господарювання та припинення їх діяльності, особливостей їх функціонування та оцінювання їх діяльності.

**Завдання** навчальної дисципліни:

- встановлення значимості підприємницької діяльності для економіки держави;
- визначення наявних організаційних форм підприємницької діяльності;
- дослідження порядку утворення суб'єктів господарювання та припинення їх діяльності;
- обґрунтування необхідності та встановлення особливостей маркетингової орієнтації підприємницької діяльності;
- визначення показників оцінювання ефективності підприємницької діяльності;
- встановлення основних характеристик сучасної бізнес-культури.

**Предмет дисципліни** – наявні організаційні форми підприємницької діяльності, особливості їх утворення, функціонування та припинення діяльності відповідно до вимог законодавства, ринку та сучасної бізнес-культури.

## 2. Загальні, фахові компетентності, програмні результати навчання.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних, фахових компетентностей та отримання програмних результатів навчання.

**Загальні компетентності:**

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

**Фахові компетентності:**

СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

**Очікувані результати навчання:**

Р 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

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

Р 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

Р 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

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

### **3. Тематичний план дисципліни.**

Тема 1. Суть підприємництва та його значення для національної економіки.
Тема 2. Організаційні форми підприємницької діяльності.
Тема 3. Порядок утворення суб'єктів господарювання та припинення їх діяльності.
Тема 4. Державне регулювання підприємницької діяльності.
Тема 5. Маркетингова орієнтація у підприємстві.
Тема 6. Управління підприємницькою діяльністю.
Тема 7. Оцінювання ефективності підприємницької діяльності.
Тема 8. Сутність і значення бізнес-культури.
Тема 9. Культура ділового спілкування.

### **4. Дисципліна викладається кафедрою менеджменту.**

**5. Викладацький склад:** Хижнякова Н.О., к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту.

### **6. Основна література:**

1. Іванюта С. М., Іванюта В. Ф. Основи підприємництва та бізнес-культура. К.: Центр навчальної літератури, 2007.

2. Виноградська А.М. Основи підприємництва. К.: Кондор, 2008.

3. Гой І. В., Смелянська Т. Підприємництво. К.: Центр навчальної літератури, 2013.

4. Педько А. Б. Основи підприємництва та бізнес-культури. К.: Центр навчальної літератури, 2019.