

Білоцерківський національний аграрний університет
Економічний факультет
Кафедра фінансів, банківської справи та страхування

	СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА» Галузь знань – 07 Управління та адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право) Спеціальність – 075 Маркетинг (D5 Маркетинг) Освітня програма – Маркетинг
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Компонент освітньої програми:	вибірковий
Кількість кредитів ECTS / загальна кількість годин	4 кредитів / 120 годин
Семестр	5
Форма контролю	залік
Мова викладання	українська
Профайл викладача	Приходько Тамара Володимирівна Посада: старший викладач кафедри економіки та економічної теорії Вчене звання: Науковий ступінь: Робоче місце: навчальний корпус №4 (пл. Соборна, 8/1), 122 ауд. E-mail: prykhodko_tamara@ukr.net Зв'язок з викладачем: +380679696615
Опис дисципліни	Дисципліна «Економіка підприємства» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань і практичних навичок щодо функціонування та розвитку підприємств в ринкових умовах та акцентується увага на розвитку аграрних підприємств. У межах дисципліни вивчаються економічні основи діяльності підприємства, використання виробничих ресурсів, формування витрат, доходів і прибутку, а також оцінка економічної ефективності діяльності підприємства та фінансових результатів. Дисципліна забезпечує методологічну основу для прийняття обґрунтованих управлінських рішень і підвищення конкурентоспроможності агропідприємств.
Передумови для вивчення дисципліни	Базується на знаннях таких дисциплін як: «Економічна теорія», «Вища математика», «Інформаційні системи і технології», «Мікро- та макроекономіка», «Статистика».
Мета вивчення дисципліни	Метою дисципліни «Економіка підприємства» є формування у здобувачів вищої освіти економічного мислення та здатності комплексно оцінювати результати господарської діяльності підприємства, аналізувати ефективність використання ресурсів і приймати обґрунтовані управлінські рішення з урахуванням ринкових умов та економічних обмежень.

Формат дисципліни	Для денної форми навчання дисципліна викладається у традиційному форматі (лекційні, практичні заняття) із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дистанційне навчання) можуть використовуватись платформи Moodle, ZOOM. Формат викладання дисципліни є змішаним: поєднання традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання. Для заочної форми навчання дисципліна викладається у форматі поєднання самостійної роботи студента та сесійних занять. Основний обсяг матеріалу студенти опрацьовують самостійно за наданими методичними рекомендаціями, підручниками та електронними ресурсами. Під час навчальних сесій проводяться установчі лекції, практичні та консультаційні заняття, де розглядаються ключові теми курсу та виконуються завдання прикладного характеру. Для підтримки навчального процесу активно застосовуються електронні освітні платформи (Moodle, ZOOM тощо), що забезпечує можливість дистанційних консультацій, перевірки індивідуальних завдань.
Компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
Очікувані результати навчання	Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р15. 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.
Структура курсу	<i>Змістовий модуль 1. Підприємство у сучасній системі господарювання</i> Тема 1.1. Предмет, метод та завдання дисципліни Тема 1.2. Підприємство як суб'єкт господарювання. Функціонування підприємств в умовах війни Тема 1.3. Зовнішнє середовище господарювання підприємств Тема 1.4. Спеціалізація і галузева структура підприємств Тема 1.5 Організація екологічності виробництва та якості і конкурентоспроможність продукції Тема 1.6. Збутова діяльність підприємства Тема 1.7. Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства <i>Змістовий модуль 2. Ресурсне забезпечення, економічні результати та ефективність діяльності підприємства</i> Тема 2.1. Персонал підприємства. Продуктивність та оплата праці Тема 2.2. Земельні ресурси підприємства Тема 2.3. Капітал підприємства Тема 2.4. Техніко-технологічна база та виробнича потужність підприємства Тема 2.5. Витрати виробництва та собівартість продукції підприємства Тема 2.6. Фінансово-економічні результати та ефективність діяльності суб'єктів господарювання Тема 2.7. Економічна безпека та антикризова діяльність підприємства
Методи навчання	Під час викладання курсу застосовуються презентації, робота в малих групах, мозкові атаки, метод проектної роботи, виконання колективних та індивідуальних завдань з розглядом сучасних фінансових грошово-кредитних систем, підготовки есе та презентацій із додержанням вимог академічної доброчесності.
Політика	Політика щодо академічної доброчесності: очікується, що письмові роботи здобувачів будуть оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем. Політика щодо відвідування занять: очікується, що здобувачі відвідають усі лекції та практичні заняття курсу. Здобувачі мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Відпрацювання пропущених занять згідно графіку консультацій викладача. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі. Політика щодо дедлайнів і перескладання: здобувачі мають дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт. Політика щодо виконання завдань: позитивно оцінюється відповідальність, старанність, креативність. Політика оцінювання: засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеної на платформі Moodle Білоцерківського НАУ.
Рекомендовані	Основна література 1. Козик В. В., Ємельянов О. Ю., Загорецька О. Я. та ін. Економіка

джерела інформації

- підприємства: підручник. Львів : Новий Світ-2000, 2025. 278 с.
2. Шарко М. В., Гончаренко В. П., Дорошенко О. М. Економіка підприємства : навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2025. 436 с.
3. Горбач Л. М., Котляров В. О. Економіка підприємства : навчальний посібник. Київ: Кондор, 2024. 620 с.
4. Економіка підприємства: навчальний посібник / В. Гринчуцький, Е. Карапетян, Б. Погріщук. К.: ЦУЛ, 2020. 304 с.

Додаткова література

1. Економіка підприємства: підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ: Кондор, 2020. 700 с.
2. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник. К.: КНЕУ, 2013. 779 с
3. Конкурентоспроможність підприємства: підручник / П. І. Юхименко, А. С. Даниленко, С. Г. Батажок, О. А. Шуст, Т. П. Житник та ін. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 320 с.
4. Куцик В. І., Кліпкова О. І. Економіка і управління підприємствами у схемах і таблицях : навчальний посібник. Львів : ЛТЕУ, 2020. 316 с.
5. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. № 2210-III. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws>
6. Господарський Кодекс України: Кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV URL.: <http://zakon.rada.gov.ua>.
7. Податковий Кодекс України: Кодекс України від 02.12.2016 р. № 2755-VI URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.
8. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.1991 р. № 1576-XII URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

Інформаційні ресурси

1. Навчально-інформаційний портал БНАУ Moodle. URL: <https://teach.btsau.net.ua/>
2. Наукова бібліотека БНАУ. URL: <https://library.btsau.edu.ua/>
3. Інституційний репозитарій БНАУ: URL: <https://rep.btsau.edu.ua/>