

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

заступник ректора ХНАДУ

професор _____ Гладкий І.П.

“ ___ ” _____ 20__ року

ПРОГРАМА

навчальної дисципліни

«Економіка підприємства та маркетинг»
(назва навчальної дисципліни згідно навчального плану)

підготовки

бакалавр
(назва освітньо-кваліфікаційного рівня)

галузі знань

0101 Професійна освіта
(шифр і назва галузі знань)

спеціальності¹

6.010104 Професійна освіта. Метрологія,
стандартизація та сертифікація
(шифр і назва напрямку підготовки)

(шифр _____)
(за ОПП чи № навчального плану)

2018 рік

¹ якщо програма використовується для підготовки фахівців декількох напрямів підготовки (спеціальностей) то перерахувати усі.

Розроблено та внесено: кафедра Економіки і підприємництва
(повне найменування кафедри)

Розробники програми: доцент кафедри економіки і підприємництва, к.е.н., доц.,
Лисенко Аліна Олександрівна
(посада, науковий ступінь, вчене звання, ПІБ розробників)

Обговорено та рекомендовано до затвердження на засіданні кафедри
Протокол №11 від 25.01.2018 р.
(номер) (та дата протоколу)

Зав. кафедрою ЕП д.е.н., проф. _____ О.С. Іванілов
(науковий ступінь, вчене звання) (підпис) (ПІБ завідувача кафедри)

“Узгоджено”²

Завідуючий кафедри технології
машинобудування і ремонту машин,
(назва випускної кафедри) професор. _____ М. А. Подригало
(вчене звання) (підпис) (ПІБ завідувача кафедри)
“ _____ ” 20____ року
(день) (місяць) (рік)

“Узгоджено”

Декан автомобільного факультету
(повна назва факультету, де читається дисципліна)
_____ професор _____ О.В. Сараєв
(вчене звання) (підпис) (ПІБ декана)

“ _____ ” 20____ року
(день) (місяць) (рік)

© _____, 20__ рік
© _____, 20__ рік

² якщо програма навчальної дисципліни розроблена для декількох напрямів підготовки (спеціальностей), то узгодження робиться з кожною випускаючою кафедрою

ВСТУП

Програма вивчення навчальної дисципліни «Економіка підприємства та маркетинг» складена відповідно до освітньо-кваліфікаційної характеристики та навчального плану підготовки бакалавра галузі знань 0101 – «Професійна освіта» за спеціальністю 015.13 «Професійна освіта. Метрологія, стандартизація та сертифікація».

1. Мета, предмет та завдання навчальної дисципліни

1.1. **Метою вивчення навчальної дисципліни** є формування знань з основних розділів прикладної економіки, організації та результативності господарювання на рівні первинної ланки суспільного виробництва, формування у студента системи знань про сутність і зміст маркетингу як філософію підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції.

1.2 **Предметом вивчення навчальної дисципліни є:** педагогічно-адаптована система понять про методологію та інструментарій господарської діяльності підприємства, а також закономірності функціонування і розвитку підприємства в ринкових умовах.

1.3 **Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є:** вивчення основних понять, систем і алгоритмів, формування знань, вмінь та уявлень з теоретичних положень економіки підприємства та маркетингу; формування вмінь ефективного використання ресурсного і виробничо-господарського потенціалу підприємства; набуття практичних навичок розв'язання конкретних економічних завдань; формування вмінь творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

1.4 По завершенні вивчення дисципліни студенти повинні:

знати: економічні основи функціонування підприємств в умовах ринку; чинники, які впливають на ефективність роботи підприємств; економічний зміст ресурсів; прогресивні методи планування та форми організації виробництва; показники оцінки результативності діяльності підприємства; основні поняття маркетингу, функції, суть та завдання маркетингу, види маркетингу та їх характеристики; класифікації товарів за специфікою ознак, стадії життєвого циклу товару, склад, суть та значення товарної політики підприємств; суть і значення, основні етапи ціноутворення; поняття ринку, типи та види ринків, сегментування ринку; основні риси каналів розповсюдження товарів; суть, завдання, види та стадії маркетингового дослідження;

уміти: виконувати економічні розрахунки; проводити аналіз використання ресурсів; оцінювати діяльність підприємства з економічної точки зору; вишукувати резерви підвищення ефективності діяльності підприємства; збирати та обробляти маркетингову інформацію; проводити сегментування ринку та позиціонування товару; розраховувати і аналізувати економічні показники конкурентоспроможності товарів; розраховувати та аналізувати коефіцієнти еластичності попиту; розрізняти та класифікувати основні моделі встановлення цін;

Міждисциплінарні зв'язки: Економіка підприємства, Економіка і бізнес, Маркетинг

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни
	Денна форма навчання
Кількість кредитів -2 Кількість годин - 60	вибіркова
Семестр викладання дисципліни	6
Вид контролю	залік
Розподіл часу:	
- лекції (годин)	16
- практичні, семінарські (годин)	16
- лабораторні роботи (годин)	-
- самостійна робота (годин)	28
- курсовий проект (годин)	-
- курсова робота (годин)	-
- розрахунково-графічна робота (контрольна робота)	-

2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Розділ 1. Концептуальні засади економіки підприємства та маркетингу

Тема 1. Економіка підприємства: сутність, принципи, цілі та завдання. Роль маркетингу в системі управління економічним розвитком підприємства.

Тема 2. Планування обсягів транспортної продукції на засадах маркетингу.

Тема 3. Основні виробничі фонди підприємства: поняття, склад і структура, методи оцінювання.

Тема 4. Оборотні фонди підприємства.

Розділ 2. Управління господарською діяльністю підприємства

Тема 5. Витрати підприємства.

Тема 6. Фінансові результати діяльності підприємства.

Тема 7. Ефективність діяльності підприємства.

Тема 8. Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства.

3. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Базова

1. Гарвенко С.С. Маркетинг: підручник / С.С. Гарвенко. – К. : Лібра, 2006. – 720 с.

2. Дмитриев И.А. Экономика предприятий автомобильного транспорта: учеб. пособие [для студ. высш. учеб. завед.] / И.А. Дмитриев, О.М. Жарова – Х. : ХНАДУ, 2004. – 184 с.

3. Котлер Ф. Основы маркетинга: учебник / Ф. Котлер. – СПб. : АО «Коруна» АОЗТ «Литера Плюс», 1994, 702 с.

4. Шегда А.В. Экономика предприятия: навч. посібн. / за ред. А.В. Шегди. – К. : Знання, 2005. – 431 с.

Допоміжна

1. Дмитрієв І.А. Економіка підприємства та маркетинг: навч. посібн. [для студ. вищ. навч. закл.] / І.А. Дмитрієв, С.Ф. Большенко. – Х. : ХНАДУ, 2009. – 72 с.

2. Савчук Г.А., Управление маркетингом на предприятии, учеб. пособ. / Г.А. Савчук, Ю.В. Мокерова. - М, 2014 – 220 с.

3. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник для студентов / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусотов. – М. : Инфра-М, 2013. – 335 с.
4. Шарко М.В. Економіка підприємства : навч. посіб. / М.В. Шарко, Н.В. Мешкова-Кравченко, О.М. Радкевич. – Херсон : Олді-плюс, 2014. – 436 с.
5. Яркіна Н.М. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н.М. Яркіна – Київ : Ліра-К, 2015. – 498 с.

Інформаційні ресурси

1 Конспект лекцій з дисципліни «Економіка підприємства та маркетинг» для студентів галузі знань 0101 «Педагогічна освіта» за спеціальністю «Професійне навчання» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [//portal.khadi.kharkov.ua/](http://portal.khadi.kharkov.ua/)

2 Большенко С.Ф. Лаврова Ю.В.. Методичні рекомендації до практичних занять з дисципліни: «Економіка підприємства та маркетинг» для студентів денної форми навчання спеціальності «Професійне навчання» за освітньо-кваліфікаційним рівнем – 6.010100 – Бакалавра та за профілем підготовки “Експлуатація і ремонт міського та автомобільного транспорту”. Режим доступу: [//portal.khadi.kharkov.ua/](http://portal.khadi.kharkov.ua/)

3 Лаврова Ю.В. Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни «Економіка підприємства та маркетинг» для студентів денної форми навчання для галузі знань 0101 – «Педагогічна освіта» напряму підготовки 6.010104 – «Професійна освіта» за профілями «Метрологія, стандартизація та сертифікація в машинобудуванні» та «Експлуатація і ремонт міського та автомобільного транспорту». Режим доступу: [//portal.khadi.kharkov.ua/](http://portal.khadi.kharkov.ua/)

4. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ

Формування системи знань студентів з дисципліни «Економіка підприємства та маркетинг» здійснюється шляхом проведення лекцій. Проведення практичних занять, консультацій та організації самостійної роботи студентів забезпечує формування необхідних вмінь та уявлень.

Поточний контроль здійснюється на лекціях у формі опитування; на практичних заняттях - опитування, діалогу, групового обговорення тематичних питань, самостійної та контрольної роботи; у час окремого розкладу занять – за допомогою тестових завдань.

Підсумковий контроль з дисципліни – залік

Розробники програми: доц. кафедри економіки і підприємництва, к.е.н., доц., А.О. Лисенко