

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)

спеціальності<sup>1</sup> \_\_\_\_\_ 6.010104 Професійна освіта. Транспорт \_\_\_\_\_  
(шифр і назва напрямку підготовки)

( шифр \_\_\_\_\_ )  
(за ОПП чи № навчального плану)

**2018 рік**

<sup>1</sup> 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”<sup>2</sup>

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

<sup>2</sup> 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 015.20 «Професійна освіта. Транспорт».

### **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
<b>Розподіл часу:</b>	
- 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