

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу

Кафедра маркетингу

ПОГОДЖУЮ

Гарант ОПП

к.с.г.н., доцент.  Ольга АЛЕКСЕЕВА

« 31 » 09 2020 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри маркетингу

д.е.н., професор  Дар'я ЛЕГЕЗА

« _____ » _____ 2020 р.

ПРОГРАМА НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВО - СИЛАБУС

з дисципліни Економіка, підприємництво і маркетинг (за вибором студента)

(найменування дисципліни)

для спеціальності 203 – Садівництво та виноградарство

за ОПП Садівництво та виноградарство

(шифр, найменування спеціальності, освітньої програми)

форма навчання денна

(денна, заочна)

Кількість кредитів 4 кредита

Курс 3-й

Семестр 6-й

Змістових модулів (підсумкових модульних контролів) - 2

СРС - 96 годин,

Форма контролю – екзамен

(екзамен або диференційований залік)

Загальна кількість годин - 120 годин

2020-2021 н.р

«ЕКОНОМІКА, ПІДПРИЄМНИЦТВО І МАРКЕТИНГ». Силабус для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавр факультету агротехнологій та екології спеціальності 203- Садівництво та виноградарство. - Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного, 2020 – 10 с.

Силабус складений на підставі «Положення про програму навчання здобувачів вищої освіти – силабус» Мелітополь: ТДАТУ, 2020. – 16с. та Робочої програми навчальної дисципліни «Економіка, підприємництво і маркетинг» підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» спеціальності 203 «Садівництво та виноградарство». – Мелітополь: 2020. – 15 с.

(документ ким і коли виданий)

Розробник (и): Наталя ШКВИРЯ, к.е.н., доцент

Рецензент: Світлана КУЧЕРКОВА, к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування

Силабус затверджений на засіданні кафедри «Маркетинг»

Протокол № 1 від «31» серпня 2020 року

Завідувач кафедри «Маркетинг»

д.е.н, професор  Дар'я ЛЕГЕЗА

Схвалено методичною комісією факультету агротехнологій та екології

Протокол № 1 від «31» серпня 2020 року

Голова, доц.  Олена ГРИГОРЕНКО

1) АНОТАЦІЯ КУРСУ ТА ВЕБ-САЙТ ЙОГО РОЗМІЩЕННЯ

Даний курс надає можливість студентам поєднати основні закономірності, визначити економічну природу ринку, зрозуміти механізм суспільного відтворення та економічного зростання, опанувати сучасні науково-методичні основи підприємництва та маркетингу, які повинні використовуватись в управлінській діяльності і формуванні такої системи організації і управління, яка забезпечила б найбільшу ефективність, конкурентоспроможність і стабільний стан підприємств на ринку.

Код дисципліни:

Кількість кредитів – 4

Час і місце проведення: 6 семестр, відповідно до розкладу

Веб-сайт курсу <http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=790>

Примітка – для входу на портал потрібен логін та пароль

2) МЕТА ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Метою курсу є формування системи теоретичних і практичних знань у здобувачів вищої освіти з основних розділів прикладної економіки, підприємництва та маркетингу.

3) ЗАВДАННЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

В результаті значення дисципліни студент повинен знати:

- особливості розвитку організаційних форм сільськогосподарського виробництва в ринкових умовах господарювання;
- основи організації підприємницької діяльності в аграрних формуваннях;
- механізм створення власної справи, методику складання бізнес-плану й аналіз діяльності підприємств
- систему, принципи і методи планування діяльності аграрних формувань, а саме: стратегічне, поточне, бізнес-планування та оперативне;
- технологію проведення маркетингових досліджень, методику проведення товарної політики, політики продажу та просування продукції садівництва та виноградарства; організації та контролю маркетингу;
- теоретичні та практичні аспекти товарної, цінової, комунікаційної, розподільчої політики підприємства
- ресурсний (земельний, технічний, трудовий) потенціал сільськогосподарських підприємств і організацію його раціонального використання для ефективного ведення садівництва і виноградарства;
- методи визначення норм виробітку, форми і системи оплати праці в садівництва і виноградарства;
- раціональні способи організації виробничих процесів садівництва і виноградарства;
- формування фінансів та джерела доходів, розподіл прибутків сільськогосподарських підприємств.

Студент повинен **уміти**:

- обґрунтовувати організаційно-економічні заходи, спрямовані на підвищення ефективності виробництва у садівництві і виноградарстві в умовах ринкових відносин;
- організувати раціональне використання земельних, матеріально-технічних і трудових ресурсів для ефективного виробництва сільськогосподарської продукції;
- розробляти заходи щодо прийняття ефективних господарських рішень;
- підготувати документи і зареєструвати фірму певної організаційно-правової форми; укласти угоду (договір)
- складати технологічні карти вирощування продукції садівництва і виноградарства і робочі плани по періодах польових робіт, визначати потребу в робочій силі і засобах виробництва;
- здійснювати економічну оцінку прогресивних організаційно-технологічних прийомів вирощування продукції садівництва і виноградарства;
- оцінювати кінцеві результати фінансово-господарської діяльності аграрних формувань;
- специфіку сільськогосподарської праці, суть соціально-трудових відносин, загальні положення і тенденції розвитку ринку праці на селі, основи соціального захисту працівників.
- розробляти пропозиції щодо впровадження та удосконалення маркетингових заходів по підвищенню показників діяльності підприємств галузі садівництва і виноградарства
- аналізувати рівень цін в системі ринкових характеристик продукції садівництва і виноградарства
- оцінювати, розраховувати та ранжувати маркетингові ризики, які зв'язані з виробничо – збутовою діяльністю підприємств галузі садівництва і виноградарства

1) РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ – КОМПЕТЕНЦІЇ (З УРАХУВАННЯМ SOFT SKILLS):

Після освоєння дисципліни студенти повинні мати наступні компетентності **ІНТЕГРАЛЬНІ:** Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми професійної діяльності у галузі садівництва і виноградарства або у процесі навчання, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, з використанням теорій і методів економіки, підприємництва і маркетингу.

ЗАГАЛЬНІ:

ЗК 03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

ЗК 07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК 09. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 10. Здатність працювати в команді

СПЕЦІАЛЬНІ (ФАХОВІ, ПРЕДМЕТНІ):

ФК06. Обчислювальні навички та навички обробки дослідних даних, пов'язаних із інформацією з плодівництва, овочівництва і виноградарства.

ФК 09. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт

5) ПРЕРЕКВІЗИТИ

Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з ряду дисциплін загальної та професійної підготовки, таких, як: агроекологія, вища математика, українська мова, землеробство з основами гербології, рослинництво та інші.

6) ПОСТРЕКВІЗИТИ

Опанування навчального матеріалу дисципліни «Економіка, підприємництво і маркетинг» дозволяє засвоїти знання та вміння на таких курсах, як: спеціальне плодівництво, програмування урожаю, овочівництво закритого ґрунту та інші.

7) ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

Шквиря Наталя Олександрівна;

Кандидат економічних наук, доцент

Доцент кафедри маркетингу;

Email: natalia.shkvyria@tsatu.edu.ua;

Галузь наукових інтересів:

- маркетингове ціноутворення
- підприємницька діяльність підприємства
- стратегічний маркетинг підприємств

Посилання на Веб-сторінку викладача на сайті кафедри:

<http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/shkvyria-nataliya-oleksandrivna/>

8) СТРУКТУРА КУРСУ

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість				бали в
			годин				
			лк	лаб.	пр.	СРС	
Змістовий модуль 1. «Економіка сільського господарства»							
1	Практична робота № 1	Спеціалізація в сільському господарстві	-	-	2	-	6
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі	-	-	-	10	2
2	Лекція 1	<i>Сільське господарство як галузь народного господарства країни</i>	2	-	-	-	-
	Практична робота № 2	Визначення економічних показників використання землі	-	-	2	-	6

Номер тижня	Вид заняття	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість				бали в
			годин				
			лк	лаб.	пр.	СРС	
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі	-	-	-	10	2
3	Практична робота № 3	Інтенсифікація сільського господарства	-	-	2	-	6
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі	-	-	-	10	2
4	Лекція 2	<i>Ресурсний потенціал сільського господарства</i>	2	-	-	-	-
	Практична робота № 4	Інтенсифікація сільського господарства	-	-	2	-	6
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі	-	-	-	10	2
5	Практична робота № 5	Визначення показників ефективності діяльності аграрних підприємств	-	-	2	-	6
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі	-	-	-	10	2
6,7	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК I	-	-	-	10	-
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль I	-	-	-	-	10
Всього за змістовий модуль 1 – 74 год.			4	-	10	60	50
Змістовий модуль 2 «Основи підприємницької діяльності»							
8	Лекція 3	<i>Підприємництво в ринковому середовищі</i>	2	-	-	-	-
	Практична робота № 4	Підприємництво в ринковому середовищі	-	-	2	-	10
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі	-	-	-	9	4
9	Практична робота № 5	Організаційно-правові форми підприємництва	-	-	2	-	10
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі	-	-	-	9	3
10	Лекція 4	<i>Механізм створення власної справи</i>	2	-	-	-	-
	Практична робота № 7	Механізм створення власної справи	-	-	2	-	10
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі	-	-	-	9	3
11,12	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК II	-	-	-	9	-
	ПМК II	Підсумковий контроль за змістовий модуль II	-	-	-	-	10
Всього за змістовий модуль 2 – 46 год.			4	-	6	36	50
Всього з навчальної дисципліни – 120 год.							100

9) МЕТОДИ ТА ФОРМИ НАВЧАННЯ

Форми навчання:

- ✓ за рівнем взаємодії здобувача вищої освіти з викладачем: індивідуальне, групове, колективне;
- ✓ за місцем проведення занять: аудиторне, поза аудиторне.

Методи навчання:

За організацією пізнавальної діяльності: словесні (лекції, дискусії), наочні (презентації), практичні (вправи, виконання розрахункових завдань);

За видами занять: лекції (лекція-візуалізація, лекція-бесіда); практичні заняття (індивідуальні та групові вправи, тематична дискусія, робота в малих групах);

За мотивацією навчально-пізнавальної діяльності (ситуація звернення до життєвого досвіду студентів, заохочення);

За контролем ефективності навчально-пізнавальної діяльності (самоконтроль через виконання тестів на навчально-інформаційному порталі, індивідуальне опитування, фронтальне опитування, ПМК);

За формою стимулювання пошукової та дослідницької діяльності (тематичні дискусії, завдання щодо використання мережі Інтернет, публічні промови і презентації, групові та/або індивідуальні проекти, моделі різних форматів професійних ситуацій).

10) ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика навчальної дисципліни «Економіка, підприємництво і маркетинг» визначається положеннями прийнятими в ТДАТУ:

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII. Редакція від 09.08.2019. Режим доступу <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Положення про організацію освітнього процесу в ТДАТУ 2019.
3. Положення про кредитно-модульну систему організації навчального процесу підготовки фахівців в ТДАТУ.
4. Положення про оцінювання знань здобувачів ВО ТДАТУ.
5. Положення (тимчасове) про порядок ліквідації академічних заборгованостей студентів ТДАТУ за КМСОНП
6. Положення про самостійну роботу студентів
7. Положення про перезарахування та академічну різницю в 2019 р.

Для одержання високого рейтингу необхідно виконувати наступні умови:

- не пропускати навчальні заняття та не запізнюватися на них;
- систематично брати активну участь у освітньому процесі;
- чітко й вчасно виконувати навчальні завдання;
- не займатися сторонніми справами на заняттях;
- вислухувати відповіді товаришів, з повагою ставитися до думки інших членів колективу, приймати участь у дискусіях;
- вимикати мобільний телефон під час занять та під час контролю знань;

- вчасно виконувати й здавати завдання для самостійної роботи;
- у випадку невиконання завдань підсумкова оцінка знижується;
- уникати проявів академічного плагіату.

11) ФОРМА КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Поточний контроль здійснюється на практичних заняттях шляхом усного опитування або бесіди або письмового контролю шляхом складання тестових завдань за темою заняття (до 30 балів).

Підсумковий контроль (зокрема модульний) – контроль навчальних досягнень здобувачів ВО з метою оцінювання якості засвоєння ними програми навчальної дисципліни в цілому або окремого змістового модуля.

Підсумковий модульний контроль проводиться двічі після закінчення вивчення відповідного змістовного модуля у тестовому вигляді (10 балів).

Формою підсумкового контролю знань з дисципліни «Економіка, підприємництво і маркетинг» є екзамен.

12) ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Навчальна дисципліна «Економіка, підприємництво і маркетинг» оцінюється за 100-бальною шкалою.

Переведення балів внутрішньої 100-бальної шкали в національну та шкалу ЄКТС здійснюється у наступному порядку:

Шкала рейтингу ТДАТУ	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
		Екзамен або диференційований залік
90-100	A	5 (відмінно)
82-89	B	4 (добре)
75-81	C	
67-74	D	3 (задовільно)
60-66	E	
35-59	FX	2 (незадовільно) (з можливістю повторного перескладання)
0-34	F	2 (незадовільно) (з обов'язковим повторним вивченням курсу)

13) РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ.

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств / В.Г. Андрійчук. — К.: КНЕУ, 2002. — 624 с.
2. Безгінова Л.І. Економіка підприємства: Навч. посібник (у структурно-логічних схемах) / Л.І. Безгінова, С.М. Шинкар, В.В. Гармаш – Харків: ХДУХТ, 2007.- 340с.

3. Виноградська А.М. Основи підприємництва: Навчальний посібник. Друге видання, перероб. і допов. / А.М. Виноградська - К.:Кондор, 2005.-544 с.
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. - 4-е. вид., доп. - К.: Лібра, 2006 - 717 с.
5. Гой І.В. Підприємництво: Навчальні посібники / І.В. Гой, Т.П. Смелянська. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 368с.
6. Гончарук Я.А., Павленко, А.Ф., Скибінський С.А Маркетинг Навч. посіб. у тестах/Київський національний економічний ун-т; Львівська комерційна академія. - К.: КНЕУ, 2002. — 314с.
7. Донець Л.І. Основни підприємництва. Навчальний посібник./ Л.І. Донець, Н.Г Романенко. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с.
8. Іванілов О.С. Економіка підприємства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]/О.С. Іванілов. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – С. 383-403.
9. Ільчук М.М. Підприємницька діяльність та агробізнес: Підручник/ М.М. Ільчука, Т.Д. Іщенко. – К.: Вища освіта, 2006. – 543 с.
10. Лук'янець ТА. Економічний механізм маркетингу: Навч. посіб./ Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. — К.: КНЕУ, 2006. - 464 с.
11. Навчально-інформаційний портал ТДАТУ <http://nip.tsatu.edu.ua>
12. Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>
13. Сайт кафедри маркетингу <http://feb.tsatu.edu.ua/discipline/ekonomika-i-pidpriyemnitstvo-marketing/>
14. Internet ресурси.

14) ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ ДИСЦИПЛІНИ.

Посилання на дисципліну на Навчально-інформаційний портал ТДАТУ:
<http://nip.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=6258>
на Освітній портал ТДАТУ:
<http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=790>