


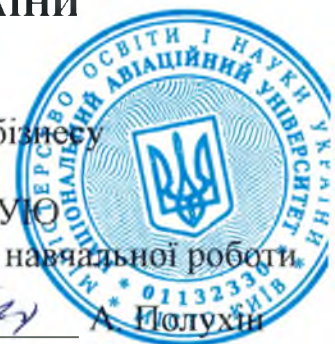
**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Національний авіаційний університет**  
 Факультет міжнародних відносин  
 Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу

УЗГОДЖЕНО  
 Декан ФМВ

  
 Ю. Волошин  
 «13» 08 2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ  
 Проректор з навчальної роботи

  
 А. Полухін  
 «20» 09 2021 р.



Система менеджменту якості

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**навчальної дисципліни**  
**«Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»**

Освітньо-професійна програма: «Технології електронних мультимедійних видань»

Галузь знань: 18 «Виробництво та технології»


Спеціальність: 186 «Видавництво та поліграфія»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	7	120/4	17	34	–	69	–	–	Диф. залік 7с.
Денна (стн)	5	120/4	17	34	–	69	–	–	Диф. залік 5с
Заочна	7, 8	120/4	4	8	–	108	К.р. 8с.	–	Диф. залік 8с

Індекс: РБ – 17 – 186 /21– 3.12

РБ – 17 – 186 /21 –стн – 3.12

РБ – 17 – 186 з /21– 3.12

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор.2 з 12	

Робочу програму навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Технології електронних мультимедійних видань», навчальних та робочих навчальних планів № НБ – 17–186/21, РБ – 17 – 186/21, № НБ – 17 – 186/21-стн, РБ–17–186/21-стн та НБ – 17–186 з/21, РБ – 17 – 186 з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 186 «Видавництво та поліграфія» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробила:  
 доцент кафедри міжнародних  
 економічних відносин і бізнесу \_\_\_\_\_ Ричка М.А./

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу, протокол № 9 від «07» червня 2021 р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ /Степанов О.П./

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Технології електронних мультимедійних видань», спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія»– кафедри комп'ютерних мультимедійних технологій, протокол № 11 від « 03 » 06 2021 р. .

Гарант освітньо-професійної програми \_\_\_\_\_ Лобода С.М.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Лобода С.М.


Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради Факультету міжнародних відносин, протокол № 8 від «12» 07 2020 р.

Голова НМРР \_\_\_\_\_ Сидоренко К.В.

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

**Контрольний примірник**

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор.3 з 12	

## ЗМІСТ

	Сторінка
<b>Вступ</b> .....	<b>4</b>
<b>1. Пояснювальна записка</b> .....	<b>4</b>
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни .....	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна .....	4
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна .....	4
1.4. Міждисциплінарні зв'язки .....	5
<b>2. Програма навчальної дисципліни</b> .....	<b>5</b>
2.1. Зміст навчальної дисципліни .....	5
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля .....	5
2.3. Тематичний план .....	8
2.4. Завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН) .....	9
2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи .....	9
<b>3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни</b> .....	<b>9</b>
3.1. Методичні матеріали .....	9
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна) .....	9
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет .....	11
<b>4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь</b> .....	<b>11</b>

	<p style="text-align: center;">Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»</p>	Шифр документа	СМЯНАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор.4 з 12	

## ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

### 1. Пояснювальна записка

#### 1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Дана навчальна дисципліна є теоретичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця у галузі міжнародних відносин

**Метою** викладання навчальної дисципліни є формування у студентів системи знань про сутність і зміст менеджменту як мистецтво управління, про сутність і зміст маркетингу як філософію підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції, та засвоєння теоретичних основ підприємницької діяльності та практичних навичок в різних сферах економіки.

**Завданнями** вивчення навчальної дисципліни є:


- Дати понятійний апарат у сфері здійснення управлінської діяльності;
- Навчити студентів приймати обґрунтовані управлінські рішення в ситуаціях ринкової невизначеності;
- Сформувати у студентів вміння самостійно приймати правильні рішення щодо оцінки пошуку оптимальних форм здійснення керівництва, вибору ефективної форми мотивації.
- Сформувати практичні навички розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій;
- Дати понятійний апарат в сфері здійснення підприємницької діяльності;
- Узагальнити інформацію про форми, види, засади, методи здійснення підприємницької діяльності в Україні.

#### 1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

- Знаходити, оцінювати й використовувати інформацію з різних джерел, необхідну для розв'язання теоретичних і практичних задач видавництва і поліграфії.
- Раціонально використовувати сировинні, енергетичні та інші види ресурсів.
- Організувати свою діяльність для роботи автономно та в команді.
- Застосовувати ефективні форми професійної та міжособистісної комунікації в колективі для виконання завдань у професійній діяльності.
- Оцінювати виробничі і невиробничі витрати на забезпечення виробництва продукції видавництва і поліграфії.
- Організувати і забезпечувати ефективну експлуатацію поліграфічного обладнання та технічних засобів видавничих систем.

#### 1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- Здатність працювати автономно.
- Здатність працювати в команді.
- Здатність враховувати соціальні, екологічні, етичні, економічні, правові та комерційні чинники, що впливають на реалізацію технічних рішень у видавництві та поліграфії.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор.5 з 12	

- Здатність планувати й організовувати виробництво, експлуатацію, технічне обслуговування, розповсюдження продукції у видавництві та поліграфії з урахуванням особливостей вирішуваної проблеми
- Здатність здійснювати оптимізацію та вдосконалення видавничо-поліграфічних процесів відповідно до поставлених вимог авіаційно-космічної галузі.

#### 1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як «Вступ до спеціальності» і «Філософія», та взаємопов'язана з такими дисциплінами, як «Право інтелектуальної власності», «Адміністрування операційних систем видавничо-поліграфічного виробництва», «Стандартизація та управління якістю».

## 2. Програма навчальної дисципліни.

### 2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модулю «Теоретичні основименеджменту, маркетингу і підприємництва», який є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною навчальною дисципліною, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

### 2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля

#### Модуль 1. «Теоретичні основименеджменту, маркетингу і підприємництва»

##### Інтегровані вимоги модуля №1:

##### ЗНАТИ:

- сутність, зміст та функції менеджменту для управління підприємствами в ринкових умовах;
- сучасні концепції маркетингу як механізми задоволення потреб споживачів;
- сутність підприємництва, зокрема авіаційної галузі, та його роль в економічному розвитку суспільства.

##### ВМІТИ:

- застосовувати механізми менеджменту для в підприємствах, які займаються виробництвом продукції видавництва і поліграфії, а також авіаційній галузі;
- використовувати маркетингові концепції для ринку продукції видавництва і поліграфії, а також підприємств в авіаційній галузі.


##### Менеджмент

#### Тема 1. Менеджмент як наука ефективного управління в ринкових умовах.

Суть, поняття, цілі і завдання менеджменту. Предмет, суб'єкт, об'єкт менеджменту. Система методів менеджменту. Принципи менеджменту. Механізми впливу менеджменту на людину. Основні історичні етапи і школи менеджменту. Сучасна парадигма менеджменту. Горизонтальний і вертикальний розподіл праці управлінських працівників. Відмінності між поняттями менеджмент та управління. Північноамериканська, західноєвропейська, японська модель менеджменту. Найбільш важливі положення управління українською економікою та становлення сучасного вітчизняного менеджменту.

#### Тема 2. Функції менеджменту: «визначення цілей», планування, організування, мотивування, контролювання, регулювання.

Сутність та класифікація функції менеджменту. Процес та механізм менеджменту. Сутність та класифікація цілей менеджменту. Ієрархія цілей. Послідовність розроблення та реалізації цілей.

	<p style="text-align: center;">Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»</p>	Шифр документа	СМЯНАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор.6 з 12	

Функція організації в менеджменті. Види організацій. Структури управління (традиційна і органічна) та критерії їх оцінки. Побудова організацій. Організаційні структури управління.

Прогнозування і планування - провідна функція в системі управління. Місія організації. Види планування залежно від рівня управлінських працівників. Стратегія і тактика. Аналіз середовища за методом SWOT. Бізнес-планування. Функції і призначення бізнес-плану. Структура бізнес-плану. Аналіз стратегічних альтернатив. Відповідальність, делегування, повноваження. Планування, набір і відбір персоналу.

Сутність мотивування. Арсенал мотиваційних засобів: психологічні теорії мотивування, теоретико-прикладні засади, матеріальне стимулювання. Система контролювання. Види контролю. Мотивація як функція менеджменту. Потреби, мотиви, стимули. Закон результату. Найважливіші теорії мотивації. Ієрархія потреб А. Маслоу, теорія потреб Д. Мак Клеелланда: влади, успіху і причетності. Теорія «гігієнічних чинників» і «мотиваторів» Ф. Герцберга. Теорія очікувань В. Врума. Теорія справедливості С. Адамса.

Поняття контролю в менеджменті, його цілі і завдання. Види контролю. Процес контролю та його етапи: розробка стандартів і критеріїв, порівняння з ними реальних результатів і прийняття необхідних корегуючих дій. Повна модель процесу контролю. Поведінкові аспекти контролю. Рекомендації Ньюмена для менеджерів, які б не хотіли негативної дії контролю на поведінку співробітників. Характеристики ефективного контролю: орієнтація на результати, відповідність ділу, своєчасність і гнучкість контролю, простота і економічність контролю. Контроль на міжнародному рівні. Ефективність менеджменту.

Сутність регулювання як загальна функція менеджменту. Планування управлінські рішення та оперативне реагування на хід подій.

### **Тема 3. Інформація і комунікація в менеджменті.**

Управлінська інформація, види, джерела. Вимоги до інформації. Діловодство і документація. Ділові документи та службові листи. Робота з Інтернет – ресурсами. Елементи комунікаційного процесу. Комунікаційні мережі. Формальні і неформальні комунікації. Зовнішні і внутрішні джерела. Бар'єри комунікацій. Попередження і подолання комунікаційних бар'єрів.

«5 С» ефективною комунікації.

Сутність управлінського рішення, Технологія прийняття рішення. Стадія підготовки. Стадія ухвалення. Стадія реалізації рішення. Класифікація управлінських рішень. Критерії якості управлінського рішення. Рішення, що приймаються в ситуаціях невизначеності і ризику. Методи прийняття рішень. Евристичні методи: «Дельфи» та «Мозкового штурму»


### **Тема 4. Влада і лідерство в менеджменті.**

Поняття "група" в організації. Типи поведінки в неформальних групах і лідерство. Формальні і неформальні організації. Необхідність використання неформальних зв'язків в інтересах офіційного управління. Влада як форма цілеспрямованого впливу. Форми влади. Керівництво як процес здійснення влади. Стили керівництва: автократичний, демократичний і ліберальний. Їх сильні і слабкі сторони. Феномен лідерства. Повний, особистий і формальний авторитет. Вплив на людей - основа лідерства. Класифікація підходів для розуміння лідерства. Поведінковий підхід і стилі керівництва.

Кар'єра, види кар'єри. Планування кар'єри. Управління конфліктами. Способи вирішення конфліктних ситуацій.

### **Маркетинг**

**Тема 5. Сучасна концепція маркетингу. Маркетинг як механізм задоволення потреб споживачів.**

	<p style="text-align: center;">Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»</p>	Шифр документа	СМЯНАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор.7 з 12	

Поняття маркетингу, його сутність, основна мета і цілі. Концепції маркетингу. Принципи і функції маркетингу. Вихідні поняття, що лежать в основі маркетингу: потреба, попит, товар, обмін, угода, ринок. Основні функції маркетингу. Зміст маркетингу. Види попиту та види маркетингу на основі попиту.

### **Тема 6. Маркетингове середовище та маркетингова інформація**

Суть поняття “маркетингове середовище”. Необхідність дослідження маркетингового середовища. Склад маркетингового середовища: мікросередовище та макросередовище. Основні фактори мікросередовища функціонування фірми: постачальники, маркетингові посередники, клієнти, конкуренти, контактні аудиторії. Основні фактори макросередовища функціонування фірми: демографічне середовище, економічне середовище, природне середовище, науково-дослідне середовище, політичне середовище, культурне середовище.

Система маркетингової інформації, її склад. Система внутрішньої звітності. Система збору зовнішньої поточної маркетингової інформації. Система маркетингових досліджень. Система аналізу маркетингової інформації.

Маркетингове дослідження, особливості його проведення. Основні етапи маркетингового дослідження. Дослідження ринку, споживачів і конкуренції. Світовий досвід дослідження ринків.

### **Підприємництво**

**Тема 7. Сутність підприємництва в авіаційній галузі та його роль в економічному розвитку суспільства.** Сучасне трактування поняття «підприємництво». Види бізнесу. Співвідношення понять бізнес і підприємництво. Типи та форми підприємницької діяльності, її ознаки та принципи здійснення. Підприємницьке середовище, його характеристика. Суб'єкти і об'єкти підприємницької діяльності. Обмеження у здійсненні підприємницької діяльності. Економічні та правові засади підприємництва. Роль підприємництва в економіці держави. Фактори, що впливають на розвиток підприємництва в авіаційній галузі в Україні. Основні законодавчі та нормативні акти, що регулюють підприємницьку діяльність в Україні. Складності та перспективи розвитку бізнесу.

### **Тема 8. Організаційні основи та форми підприємництва.**

Життєвий цикл підприємства. Характеристика приватного, колективного та державного підприємства. Класифікація основних форм ведення бізнесу, характеристика їх переваг і недоліків. Господарські товариства. Акціонерні товариства публічного та приватного права. Економічна сутність малого підприємства. Функції малого підприємства. Особливості розвитку малого підприємства в Україні й за кордоном. Сутність селянського (фермерського) господарства. Види та об'єднання підприємств. Франчайзинг як особлива форма організації бізнесу. Елементи ринкової інфраструктури.


## **2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **2.1. Структура навчальної дисципліни**

В розділі подається розподіл навчального часу за формами навчання та видами занять відповідно до робочого навчального плану.

Таблиця 2.1

№ пор.	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС	Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС
<b>Модуль № 1 «Теоретичні основи менеджменту»,</b>		<b>7 семестр</b>				<b>7/8 семестр</b>			

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор.8 з 12	

маркетингу і підприємництва»		5 семестр (стн)							
1.1	Менеджмент як наука ефективного управління в ринкових умовах.	14	2	2 2	8	10	2	-	8
1.2	Функції менеджменту: «визначення цілей», планування, організування, мотивування, контролювання, регулювання.	16	2	2 2 2	8	9	-	-	9
1.3	Інформація і комунікація в менеджменті.	14	2	2 2	8	11	2	-	9
<b>Усього за 7 семестр ЗФН</b>		-	-	-	-	<b>30</b>	<b>4</b>	-	<b>26</b>
1.4	Влада і лідерство в менеджменті.	14	2	2 2	8	12	-	-	12
1.5	Сучасна концепція маркетингу. Маркетинг як механізм задоволення потреб споживачів.	14	2	2 2	8	15	-	2	13
1.6	Маркетингове середовище та маркетингова інформація	14	2	2 2	8	15	-	2	13
1.7	Сутність підприємництва в авіаційній галузі та його роль в економічному розвитку суспільства.	14	2	2 2	8	15	-	2	13
1.8	Організаційні основи та форми підприємництва.	14	2	2 2	8	14	-	1	13
1.9	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8
1.10	Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)	-	-	-	-	11	-	1	10
1.11	Модульна контрольна робота №1	6	1	-	5	-	-	-	-
<b>Усього за модулем № 1</b>		<b>120</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>69</b>	-	-	-	-
<b>Усього за 8 семестр ЗФН</b>		-	-	-	-	<b>90</b>	-	<b>8</b>	<b>82</b>
<b>Усього за навчальною дисципліною</b>		<b>120</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>69</b>	<b>120</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>108</b>

#### 2.4. Завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)

Контрольна (домашня) робота (ЗФН) виконується відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних знань та вмінь студентів і є важливим етапом у засвоєнні навчального матеріалу дисципліни.

Завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН) розробляються автором робочої програми. Вказані навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри і доводяться до відома студента індивідуально.


Виконання, оформлення та захист домашнього завдання здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання одного домашнього завдання – до 8 годин самостійної роботи.

#### 2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи (у випадку диференційованого заліку ЗФН).

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до підсумкової контрольної роботи, розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доводиться до відома студентів.



	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор.9 з 12	

### 3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

#### 3.1. Методи навчання

Для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів під час вивчення дисципліни застосовуються такі навчальні технології, як: робота в малих групах, семінар-дискусія, презентація, рольова гра тощо.

#### 3.2. Рекомендована література

##### Базова література

3.2.1 Свидрук І. І. Концептуально-методологічні основи розвитку креативного менеджменту національного господарства України: монографія / І. І. Свидрук. – Львів : Растр-7, 2018. – 450 с.

3.2.2 Навчальний посібник; В.А. Рудьєв, С.О. Гуткевич Менеджмент. Київ, «Центр учбової літератури», 2011.

3.2.3 Управління бізнесом: [Навч. посібн]/ Т.І. Балановська, А.В. Троян - К.: НУБіП, 2019. - 401 с.

3.2.4 Управління організаційним розвитком підприємства: [Навч. посібн] / В. П. Горьовий, Ю.В. Біляк, М.О.Самофалова – К. : ЦП «Компринт», 2019. – 360с.

3.2.5 Менеджмент: [Навч. посібн]/ Ю.В. Біляк, М.О.Самофалова – К.: ЦП «Компринт», 2019.- 360с.

3.2.6 Сорока П.М., Харченко В.В., Харченко Г.А. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією: [Навч. посібн]/ П.М. Сорока, В.В. Харченко, Г.А. Харченко. - К.: НУБіП, 2019. - 518 с.

3.2.7 Резнік Н.П. Слободяник А.М. Детермінанти розвитку біржового ринку агропродовольчої продукції в Україні: монографія – К. : ЦП «Компринт», 2019. – 157 с.

3.2.8 Резнік Н.П. Слободяник А.М. Молокопереробна та олієжирова промисловість у формуванні системи продовольчої безпеки України: монографія – К. : ЦП «Компринт», 2019. – 354с.

3.2.9 Біляк Ю.В., Самофалова М.О. «Інновації: теорія, методологія, практика управління»: монографія– К. : ЦП «Компринт», 2019. – 409с.

3.2.10 Забуранна Л. В., Резнік Н. П., Балановська Т. І., Гоголю О. П., Слободяник А. М. Розвиток сільського підприємництва в Україні з урахуванням чинника євроінтеграції: монографія. Київ: НУБіП України, 2019. 438 с.

3.2.11 Говьовий В.П. Менеджмент фермерських господарств. Повторне видання. Київ. 2018.

3.2.12 Горьовий В.П. Управління потенціалом якості. Навчальний посібник. Повторне видання. Київ. 2018. Балановська Т.І., Гоголю О.П., Драгнева Н.І., Драмарецька К.П., Троян А.В. Управління персоналом: навчальний посібник (перевидання). Київ. 2018. 416 с.


3.2.13 Економіка і підприємництво, менеджмент: навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти III–IV рівня акредитації з напрямку підготовки 6.090101 «Агрономія» / Рогач С.М., Гуцул Т.А., Ткачук В.А., Балан О.Д., Балановська Т.І., Гоголю О.П. Київ. 2018. 714 с.

3.2.14 Горьовий В.П., Гоголю О.П., Харченко Г.А. Менеджмент і адміністрування. Практикум. Видання 2-ге. - К. -1. Київ. 2018.

3.2.15 Основи підприємництва: Підручник / [ Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін. ] ; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. – Житомир : ЖДТУ, 2019. – 493 с.

##### Допоміжна література

3.2.1. Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 8.07.2010 р. № 2464-VI (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

	<p style="text-align: center;">Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»</p>	Шифр документа	СМЯНАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор.10 з 12	

3.2.2. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495- (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua> 3. Податковий кодекс України від 2.12.2010 р. № 2756- VI (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

3.2.3. Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>. 5. Закон України Про ліцензування видів господарської діяльності (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 23, ст.158) / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/222-19/paran4#n4>. 6. Закон України Про ціни і ціноутворення (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2013, № 19-20, ст.190) / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.

3.2.4. Говорушко Т.А. Підходи до визначення принципів та методів планування діяльності підприємства / Т.А. Говорушко, Л.О. Приходько. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://vuzlib.com.ua/articles/book/29551-R%D1%96dkhodi\\_do\\_viznjachennja\\_pri/1.html](http://vuzlib.com.ua/articles/book/29551-R%D1%96dkhodi_do_viznjachennja_pri/1.html).

3.2.5. Європейська хартія для малого бізнесу Європи. Офіційний переклад – Режим доступу: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994\\_860](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_860)

3.2.6. Поліщук Г. О. Державна підтримка розвитку малого підприємництва: вітчизняний та зарубіжний досвід // Актуальні проблеми державного управління. 1(51)/2017. – С.1-9. Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/ebook/apdu/2017-1/doc/6/03.pdf>.

3.2.7. Certo Samuel C. Modern management: concepts and skills / Samuel C. Certo, S. Trevis Certo. – 12th ed. – Prentice Hall, 2011. – 580 p. 10. DuBrin Andrew J. Essentials of Management / Andrew J. DuBrin. – 9 th ed. – Cengage Learning, 2010. – 727 p. 11. Encyclopedia of management / Edited by M. M. Helmes. – 5 th ed. – Farlington Hills : Thomson Gale, 2006. – 1028 p.

3.2.8. Ричка М.А. Лізінг як спосіб функціонування та можливість розвитку української авіаційної промисловості // Інтегровані інтелектуальні робототехнічні комплекси (ІРТК – 2014): VII міжнар. наук.-практ. конф., 19-20 травня 2014 р.: тези доп. – К., 2014. – С. 423-424. – Режим доступу: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/29920>

3.2.9. Ричка М.А. Tone of voice у соціальних мережах міжнародних компаній / М.А. Ричка, К.С. Загородня // The 9th International scientific and practical conference “Scientific achievements of modern society” (April 28-30, 2020) Cognum Publishing House, Liverpool, United Kingdom. 2020. P. 928-939 (1175 p.)– Режим доступу: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42793>

3.2.10. Сидоренко К.В. Лібералізація ринку послуг з наземного обслуговування в умовах глобальної конкуренції / О. М. Ложачевська, К. В. Сидоренко // Sciences of Europe. – 2016. – №4. – V.1. – P. 37-40.– Режим доступу: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42955>

3.2.11. Набок І.І. Глобальні стратегічні альянси в авіаційній галузі: сучасний стан і тенденції розвитку // Стратегія розвитку України: наук. журн. – К.: НАУ, 2017. – №2.- с. 130-134– Режим доступу: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/37743>

### 3.3. Інтернет-ресурси


3.3.1. [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)

3.3.2. [www.minagro.gov.ua/](http://www.minagro.gov.ua/)

3.3.3. [www.dkrp.gov.ua/](http://www.dkrp.gov.ua/)

3.3.4. <http://www.ukrbusiness.com.ua/>

3.3.5. <http://www.management.com.ua/>

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор.11 з 12	

#### 4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Методи контролю та схема нарахування балів. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Мак кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
	7 семестр	7-8 семестр
<b>Модуль № 1 «Теоретичні основи менеджменту, маркетингу і підприємництва»</b>		
Робота на практичних заняттях	3б.х15=45	10б.х2=20
Виконання тестових завдань	15	30
Виступ на практичному занятті з презентацією на задану тему	20	-
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше 68 балів</i>		-
Виконання модульної контрольної роботи №1	20	-
<b>Контрольна (домашня) робота (ЗФН)</b>	-	20
<b>Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)</b>	-	30
<b>Усього за модулем № 1</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Усього за дисципліною</b>	<b>100</b>	

**Залікова рейтингова оцінка** визначається ( в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру.


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. У випадку **диференційованого заліку** підсумкова семестрова рейтингова оцінка, перераховується в оцінку за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 4).

4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.6. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор. 12 з 12	

(Ф 03.02 – 01)

**АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА**

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	0302	23.09.21	Фігерідо Мелані Ріка	<i>[Signature]</i>	
2	15.01.01	23.09.21	Соловйenko Т.В.	<i>[Signature]</i>	

(Ф 03.02 – 02)

**АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ**

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

**АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ**

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

**АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН**

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

**УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН**

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				