

Базова інформація про дисципліну	
Назва дисципліни	Тренінг з підприємництва
Рівень вищої освіти / фахової передвищої освіти	Фахова передвища
Семестр	II семестр
Кафедра/циклова комісія	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу
Анотація курсу	Навчальна дисципліна спрямована на формування уявлення про підприємницьку діяльність на підприємстві у сучасних умовах ринку, та професійну приналежність, отримання практичних навичок роботи по своїй майбутній професії, формування практичних навичок з аналізу продажу та закупівлі товарів, організація та ведення звітності на підприємстві, набуття практичних навичок у вирішенні організаційно-управлінських завдань, дослідження та аналіз ринків, закріплення, поглиблення і розширення знань з теоретичних дисциплін.
Сторінка курсу в MOODLE	http://78.137.2.119:1919/m72/course/view.php?id=814
Мова викладання	українська
Лектор курсу	Викладач-методист Піскова Світлана Петрівна канали комунікації: СДН «Moodle»: повідомлення в чаті E-mail: dybovich@ukr.net Messenger: https://www.facebook.com/svetlana.piskovaia
Місце дисципліни в освітній програмі	
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово Здатність спілкуватися іноземною мовою Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел Здатність виявляти ініціативу та підприємливість
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	Здатність аналізувати стан, тенденції та напрями розвитку ринку товарів та послуг на регіональному та національному рівнях. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур

	<p>Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності</p> <p>Здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку</p>
Перелік програмних результатів навчання	<p>Мати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами.</p> <p>Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.</p> <p>Уміти проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійних цілей.</p> <p>Володіти методами та інструментарієм для підготовки проектів управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.</p> <p>Уміти застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій, торгівельній та біржовій діяльності.</p> <p>Знати основи нормативно-правового забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати його на практиці.</p> <p>Уміти виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>Визначати основні показники діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур для забезпечення їх ефективності.</p>
Опис дисципліни	
Структура навантаження на студента	<p>Загальна кількість годин – 120</p> <p>Кількість кредитів – 4</p> <p>Кількість практичних занять – 56</p> <p>Кількість годин для самостійної роботи студентів – 64</p> <p>Форма підсумкового контролю – залік</p>
Методи навчання	<p>Вербальний метод; пояснювально-демонстраційний метод; метод проблемного викладання; репродуктивний метод; робота з навчально-методичною літературою (тезування, анотування тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації).</p>
Зміст дисципліни	
Тема 1. Створення звітів по продажу та закупівлі товарів	<p>Звітність підприємства. Зовнішня та внутрішня звітність. Письмовий та статичний звіт. Вимоги до написання звіту. Порядок реєстрації звітів. Порядок формування звітів з продажу та закупівлі товарів. Підготовка документів до формування їх у звіт за визначений період. Формування звіту за допомогою програми 1С.</p>
Тема 2. Аналіз продажу та закупівлі товарів.	<p>Аналіз обсягів закупівлі за визначений період. Аналіз обсягів продажу за визначений період. Видаткова та прибуткова відомість товарів. Порядок заповнення видаткової та прибуткової відомості товарів. Аналіз обсягів продажу та закупівлі за звітний період.</p>

	Формування загального звіту. АВС-аналіз.
Тема 3. Контроль за терміном оплати та поставки.	Визначення умов продажу та постачання умов продажу постачання. Аналіз дотримання термінів сплати фірмами –замовниками. Попередження I-III ступенів. Порядок складання попередження I-III ступенів. Контроль за терміном постачання товарів. Складання рекламаций. Перевірка товаросупровідних документів. Організація транспортного забезпечення. Перевірка товарів під час приймання товарів. Складання акту звірки по оплаті та поставці товарів.
Тема 4. Мерчандайзинг.	Поняття та принципи мерчандайзингу. Організація мерчандайзингу на підприємстві. Торгівельні канали та їх класифікація. Ефективна позиція та презентація товару. POS-матеріали, їх види. Викладка товару в торговому залі. Планування торгового залу. Розміщення торгового обладнання. Особливості освітлення продовольчих і непродовольчих товарів. Система навігації в магазині.
Тема 5. Маркетингові дослідження ринку.	Маркетингові дослідження ринку. Методи маркетингових досліджень. Сегментування. Фактори сегментування. Анкетування. Етапи та правила розробки анкети для опитування. Підготовка звіту на основі проведених досліджень. Сучасні форми маркетингових досліджень.
Політика дисципліни	
Політика відвідування	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання практичної роботи. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання зорганізується в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.
Політика щодо дедайлнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Академічна доброчесність	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.
Система оцінювання	
Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час проведення практичних занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту отримати атестацію з предмету – 60 балів); підсумковий/ семестровий контроль, проводиться у формі заліку відповідно до графіку навчального процесу. Підсумкова оцінка за умови заліку виставляється як загальна сума балів, набраних за результатами поточного контролю.	
Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни	
Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Виконання практичних робіт (5 пр.р.)	50
Модульні контрольні роботи (2 к.р.)	20
Презентація	15
Індивідуальні практичні завдання	15

Разом		100
Шкала оцінювання		
ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	Бездоганна підготовка в широкому контексті
B	80-89	Повні знання, міцні вміння
C	70-7	Хороші знання та вміння
	9	
D	65-69	Задовільні знання, стереотипівміння
E	60-64	Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах
FX	35-59	Слабкі знання, відсутність умінь
F	1-34	Необхідний повторний курс

Список рекомендованих джерел

1. Боковець В.В., Медецька С.П., Цаль І.І., Драбаніч А.В., Чорна Л.О. Підприємництво: підручник. – В.: ВФЕУ, 2010. - 506 с.
2. Божкова В., Башук Т. Мерчандайзинг: навчальний посібник - Суми: ВТД «Університетська книга», 2017. – 125 с. Язык Украинский Год издания 2017
3. Ємець О. І. Основи підприємництва: навчальний посібник / Івано-Франківськ : Лілея–НВ, 2012. – 147 с.
4. Мельников А. Основи організації бізнесу: навчальний посібник/ К.: Центр навчальної літератури, 2013.- 200с.
5. Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник. – К.: Знання, 2008, 565 с.
6. Косар Н.С., Мних О.Б. Криковський Є.В., Леонова С.В. Маркетингові дослідження: Підручник. Л.: Львівська політехніка, 2018. – 460с.
7. Мельник Ю., Божкова В.Реклама та стимулювання збуту. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2019, 208 с.
8. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підруч. Київ: Знання, 2006, 603 с.
9. Одарченко Д.М., Сподар К.В., Соколова Є.Б. Організація торгівлі. Навчальні та контролюючі тести – Харківський державний університет харчування та торгівлі, Харків: - 2012, 43 с.
10. Старостіна А.О. Маркетинг.: Підручник. – К.: Знання, 2009, 1070 с.
11. *Зразки заяв та документів* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pozovna.in.ua/zrazki-listiv/list-pretenziya-zrazki-listiv-pretenzij>
12. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]–Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>
13. Зразки підприємницьких договорів [Електронний ресурс]–Режим доступу: <https://urist-ua.net/>
14. Зразки бланків [Електронний ресурс]–Режим доступу: <https://buhgalter911.com/uk/blanki/pervichnye/>