

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ДЗ «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»**

Навчально-науковий інститут економіки та бізнесу

Кафедра економіки, маркетингу та підприємництва

Чеботарьов Є.В.

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА БІЗНЕС-КУЛЬТУРА

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ ТА ПІДГОТОВКИ
КУРСОВОЇ РОБОТИ ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 051 «ЕКОНОМІКА»**

Старобільськ 2021

Рецензенти:

Овчаренко Є.І. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля;

Зайцева Л.О. – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, обліку та банківської справи ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка».

Чеботарьов Є.В. Підприємництво та бізнес-культура : методичні рекомендації до самостійного вивчення дисципліни та підготовки курсової роботи для здобувачів вищої освіти спеціальності 051 «Економіка». Старобільськ : ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2021. 48 с.

Методичні рекомендації мають на меті забезпечити організацію ефективної самостійної роботи студентів із засвоєння матеріалу навчальної дисципліни – освітньої компоненти «Підприємництво та бізнес-культура» здобувачами вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 051 «Економіка». Вони будуть також корисними для здобувачів вищої освіти спеціальностей «Маркетинг», «Менеджмент», «Фінанси, банківська справа та страхування», «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», «Готельно-ресторанна справа», «Туризм».

Розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри економіки, маркетингу та підприємництва (протокол № 7 від 26.02.2021 р.).

Рекомендовано до друку Вченою радою ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» (протокол № 7 від 26.03.2021 р.).

@Чеботарьов Є.В.

ЗМІСТ

Вступ	4
Розділ 1. Методичні рекомендації до самостійного опрацювання дисципліни «Підприємництво та бізнес-культура»	6
Тема 1. Підприємництво та засади його розвитку в Україні	6
Тема 2. Правове забезпечення й державна підтримка підприємництва в Україні	8
Тема 3. Види і характеристика підприємницьких суб'єктів в Україні	11
Тема 4. Оподаткування підприємницької діяльності в Україні	13
Тема 5. Установчі документи й загальний порядок створення суб'єктів підприємництва в Україні	15
Тема 6. Моделі національних ділових культур та особливості підприємницьких комунікацій	18
Тема 7. Еволюція корпоративних культур і формування корпоративного іміджу	20
Тема 8. Командне управління, лідерство та врегулювання конфліктів	22
Тема 9. Національні школи та особливості зв'язків з громадськістю й реклами в бізнесі та некомерційній сфері	25
Розділ 2. Методичні рекомендації щодо написання та захисту курсових робіт з дисципліни «Підприємництво та бізнес-культура»	28
2.1. Вимоги до підготовки та написання курсової роботи	28
2.2. Загальні положення щодо оформлення курсової роботи	32
2.3. Вимоги до захисту курсової роботи	37
2.4. Рекомендована тематика курсових робіт з дисципліни	37
Висновки	40
Список використаних джерел	41
Додатки	46

Вступ

В умовах глобалізації та інтернаціоналізації, які є сутнісними характеристиками сучасного суспільства, підприємницька діяльність об'єктивно все більшою мірою набуває ознак крос-культурності (міжкультурності). Тобто, – провадження підприємництва представниками різних культур. Це стосується України не тільки у контексті реалізації євроінтеграційного курсу, а й з урахуванням своєрідного поєднання у вітчизняному підприємстві західної та східної бізнес-культур.

Сукупність подібного роду об'єктивних і суб'єктивних обставин зумовлює не тільки доцільність, а й гостру необхідність при підготовці фахівців економічного профілю цілісного системного розгляду складових підприємництва та бізнес-культури у межах однієї освітньої компоненти – навчальної дисципліни, а також курсової роботи за нею.

Дисципліна «Підприємництво та бізнес-культура» є обов'язковою освітньою компонентою циклу професійної підготовки економістів-бакалаврів.

Основна мета даного курсу – формування у студентів – майбутніх фахівців базових професійних знань цивілізованого соціально-відповідального підприємництва у контексті сучасного крос-культурного бізнес-середовища й крос-культурної підприємницької взаємодії.

У структурно-логічній схемі освітньої програми «Економіка» першого бакалаврського рівня навчальний курс «Підприємництво та бізнес-культура» ґрунтується, зокрема, на дисциплінах «Історія економіки та економічної думки», «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Міжнародна економіка», «Маркетинг», «Менеджмент» тощо.

У свою чергу, курс «Підприємництво та бізнес-культура» значною мірою закладає основи успішного вивчення таких дисциплін як «Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків», «Економіка територіальних громад» та «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства»; написання курсових робіт за іншими навчальними дисциплінами; опанування освітніх компонентів «Підприємницька практика» та «Комплексна практика з фаху» й

успішного складання узагальнюючої освітньої компоненти «Підсумкова атестація».

Навчальна дисципліна «Підприємництво та бізнес-культура» має міждисциплінарний зміст, її вивчення забезпечує формування таких загальних і фахових компетентностей.

1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
2. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
3. Навички міжособистісної взаємодії.
4. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.
5. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

Формування виокремлених компетентностей здобувачів вищої освіти забезпечує досягнення низки програмних результатів навчання, серед яких особливо важливими є такі (вони суттєвою мірою визначають загальний профіль фахівця економічного профілю).

1. Вміти аналізувати процеси державного та ринкового регулювання соціально-економічних і трудових відносин.
2. Виконувати міждисциплінарний аналіз соціально-економічних явищ і проблем в одній або декількох професійних сферах з врахуванням ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.
3. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та свідомо на основі етичних принципів, цінувати та поважати культурне різноманіття, індивідуальні відмінності людей.

Методичні рекомендації вибудовуються на участі автора у реалізації кафедрами економіки, маркетингу та підприємництва ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» спільних освітньо-дослідницьких проєктів з провідними вітчизняними та іноземними закладами вищої освіти, відомими міжнародними благодійними організаціями щодо провадження їхньої грантової політики на Донбасі та співпраці з вітчизняними і закордонними бізнес-структурами з метою формування дуальної спрямованості освітнього процесу фахівців економічного профілю.

Розділ 1

Методичні рекомендації до самостійного опрацювання дисципліни «Підприємництво та бізнес-культура»

Тема 1. Підприємництво та засади його розвитку в Україні

Методичні рекомендації щодо вивчення матеріалу Теми 1.

Методичні рекомендації за Темою 1 обумовлюються її роллю як ввідної. Відтак, перш за все, необхідно ознайомитися із термінологічним словником, опрацювати основні теоретичні питання, а також перевірити свої знання за допомогою тестів та завдань.

Термінологічний словник:

Венчур – ризикова діяльність, у процесі якої створюються і впроваджуються нові технології, товари, послуги.

Індивідуальне підприємництво – започаткування підприємницької діяльності, яка базується виключно на індивідуальній праці власника.

Інтрапренерство – підприємництво всередині великих підприємств.

Корпоративне підприємництво – започаткування підприємницької діяльності, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства.

Мікропідприємництво – це діяльність фізичних осіб-підприємців, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України та юридичних осіб - суб'єктів господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб

та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [21, Глава 6, Ст. 55].

Підприємництво – це господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку [21, Глава 1, Ст. 3].

Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку (21, Глава 4, Ст. 42).

Підприємницька діяльність – це процес, що здійснюється приватними особами, підприємствами або організаціями щодо освоєння природних ресурсів, виробництва, придбання, продажу товарів або надання послуг в обмін на грошові кошти, інші товари або послуги, і завершується взаємною вигодою бізнес-партнерів.



Для самоперевірки знань:

Основні теоретичні питання:

- Поняття підприємництва та його еволюція.
- Види підприємництва та їх розвиток в умовах господарювання в Україні.
- Підприємництво як чинник економічного зростання України.
- Обґрунтування економічної ефективності та ризикованості створення власної підприємницької справи.
- Вимоги до особистості підприємця.

Тести:

1. Підприємець, приймаючи рішення щодо того, що виробляти, для кого виробляти і як виробляти керується:

- а) інтересами держави;
- б) інтересами суспільства;
- в) власними інтересами;
- г) власними можливостями.

2. Обґрунтування категоріального змісту поняття „підприємець” здійснив:

- а) М. Вебер;
 - б) Р. Кантільйон;
 - в) В. Зомбарт;
 - г) Й. Шумпетер.
3. Метою підприємницької діяльності є:
- а) забезпечення повної зайнятості працездатних осіб;
 - б) задоволення потреб суспільства;
 - в) отримання прибутку шляхом задоволення потреб суспільства;
 - г) отримання прибутку, зарплати, ренти, відсотка.
4. Яку діяльність можна назвати підприємницькою:
- а) викладач проводить лекцію „Бізнес з нуля”;
 - б) власник приватної автівки використовує її для поїздок на дачу;
 - в) власник приватної автівки використовує її для перевезення людей за винагороду;
 - г) обраний мер керує містом.
5. Створення комерційної організації без наміру здійснювати підприємницьку або банківську діяльність – це:
- а) псевдопідприємництво;
 - б) монополія;
 - в) приватна власність;
 - г) ліцензування.

Завдання:

1. Опишіть процедури державної реєстрації суб'єктів підприємництва в Україні.
2. Навести визначення поняття «підприємництво» класиками економічної науки та провідними вітчизняними і зарубіжними вченими. Яке Ваша думка по кожного з цих визначень?

Рекомендована література: 1; 2; 4; 8; 18; 21; 28; 32; 35; 36; 38.

Тема 2. Правове забезпечення й державна підтримка підприємництва в Україні

Методичні рекомендації щодо вивчення матеріалу Темі 2.

У методичному плані для засвоєння матеріалу Темі 2 важливо уявити необхідність правового регулювання підприємництва та його

підтримки з боку держави. Отже, спочатку слід опрацювати визначення основних понять термінологічного словнику, після того, - надати відповіді на теоретичні питання, тести та завдання.

Термінологічний словник:

Господарська діяльність підприємця – це діяльність у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг, що мають цінову визначеність.

Володіння – наявність фактичної можливості власника майна впливати на нього безпосередньо.

Користування – це право вилучати з речей їхні корисні властивості

Право власності – це сукупність повноважень власника з володіння, користування і розпорядження майном.

Розпорядження – це право визначати юридичну або фактичну долю майна (продавати, дарувати, обмінювати, переробляти, заповідати тощо).



Для самоперевірки знань:

Основні теоретичні питання:

- Значення правового забезпечення розвитку підприємництва в Україні.
- Правове забезпечення підприємницької діяльності в Україні та напрямки її вдосконалення.
- Напрями вдосконалення державного регулювання й підтримки підприємництва в Україні.
- Дерегулювання підприємницької діяльності.
- Імплементация законодавства у сфері підприємництва у межах асоціації з ЄС.

Тести:

1. Нормативно-правовим актом, що регулює діяльність суб'єктів господарювання в Україні є:

- а) установчий договір;
- б) статут;
- в) Господарський кодекс України;

- г) патент.
2. Суб'єктами підприємництва не можуть бути:
- а) працівники державних органів управління, військовослужбовці та представники силових структур;
 - б) зайняті в особистому підсобному господарстві на селі;
 - в) діячі науки, культури, освіти, охорони здоров'я
 - г) пенсіонери.
3. Засобами регулюючого впливу держави на діяльність суб'єктів господарювання не може бути:
- а) державне замовлення;
 - б) ліцензування, патентування і квотування;
 - в) дозвіл на монопольну діяльність;
 - г) надання інвестиційних, податкових та інших пільг.
4. Якщо особа не знала і не могла знати про те, що володіє чужим майном, називається:
- а) добросовісне незаконне володіння;
 - б) недобросовісне незаконне володіння;
 - в) законне володіння;
 - г) немає правильної відповіді.
5. Який Закон України з правового регулювання ліцензування видів підприємницької діяльності вже втратив чинність:
- а) «Про банки і банківську діяльність банківську діяльність»;
 - б) «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»;
 - в) «Про ліцензування видів господарської діяльності»;
 - г) «Про телебачення і радіомовлення».

Завдання:

1. Наведіть в хронологічному порядку всі законодавчі акти України з регулювання питань підприємництва, які було прийнято за часи незалежності держави. Дані подати у табличному виді (за зразком).

№ з/п	Повна назва Закону (Кодексу)	Порушені питання	Рік прийняття

2. Чи може бути внеском до статутного капіталу підприємства інтелектуальна власність? Якщо так, то яку змогу вона дає? Відповідь обґрунтуйте.

Рекомендована література: 1; 2; 4; 5; 7; 8; 11; 21; 28; 30; 35; 36.

Тема 3. Види і характеристика підприємницьких суб'єктів в Україні

Методичні рекомендації щодо вивчення матеріалу Темі 3.

Головною методичною складовою даної Темі є з'ясування сутності підприємництва формувань та їхню характеристику. Окрім засвоєння змісту категорій, наданих у термінологічному словнику, важливим є також самоперевірка отриманих знань за допомогою теоретичних питань, тестів та завдань.

Термінологічний словник:

Державне підприємство – підприємство, що діє на основі державної власності.

Колективне підприємство – підприємство, яке діє на основі колективної власності.

Комунальне підприємство – підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;

Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами [21, Глава 7, Ст. 62].

Приватне підприємство – підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи).

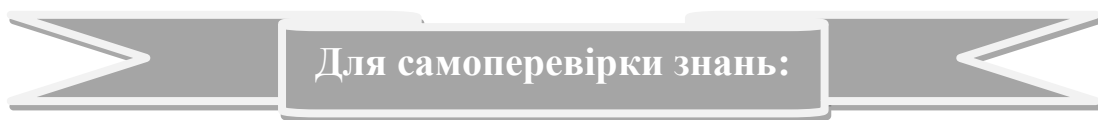
Спільне комунальне підприємство, що діє на договірних засадах спільного фінансування (утримання) відповідними територіальними громадами – суб'єктами співробітництва.

Унітарне підприємство – це підприємство, що створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який призначається (обирається) засновником (наглядовою радою такого підприємства у разі її утворення), керує підприємством і

формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства [21, Глава 7, Ст. 63].

Фермерське господарство – це юридична особа, створена громадянами для виробництва товарної сільськогосподарської продукції, її переробки та реалізації з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм для ведення господарської діяльності відповідно до Закону України «Про фермерське господарство» від 19 червня 2003 р.

Філія – це відокремлений підрозділ юридичної особи, що розташований поза її місцезнаходженням та здійснює всі або частину її функцій.



Основні теоретичні питання:

- Класифікація суб'єктів підприємництва.
- Чинники вибору організаційно-правової форми створюваного суб'єкту підприємницької діяльності.
- Основи організації та управління підприємницькою діяльністю.
- Види та особливості створення й функціонування асоціацій і об'єднань в Україні.

Тести:

1. Підприємство, засноване на власності однієї особи - це:
 - а) колективне підприємство;
 - б) приватне підприємство;
 - в) мале підприємство;
 - г) державне підприємство
2. За кількістю працюючих підприємства поділяються на:
 - а) підприємства, об'єднання;
 - б) малі, середні, великі;
 - в) приватні, державні, колективні;
 - г) комерційні, некомерційні.
3. До активів підприємства належать:
 - а) збитки;
 - б) кредиторська заборгованість;
 - в) додатковий капітал;

д) короткострокові банківські позики.

4. До основних засобів підприємства відносять:

а) верстати;

б) готову продукцію;

в) незавершене виробництво;

г) ноу-хау.

5. Заборона створення нових підприємств чи інших організаційних форм господарювання в будь-якій сфері господарської діяльності, а також встановлення обмежень на здійснення окремих видів господарської діяльності або виробництво певних видів товарів з метою обмеження конкуренції, називається:

а) монополією;

б) дискримінацією;

в) конкуренцією;

г) ліцензуванням.

Завдання:

1. Чи слід розмежовувати підприємницьку і комерційну діяльність. чи це одне і те ж? Відповідь обґрунтуйте.

2. В чому полягають особливості банкрутства фізичної особи-підприємця? Та які нормативні акти регулюють дані питання?

Рекомендована література: 2; 4; 8; 14; 15; 17; 21; 26; 27; 32; 36.

Тема 4. Оподаткування підприємницької діяльності в Україні

Методичні рекомендації щодо вивчення матеріалу Теми 4.

Методика розгляду даної Теми визначається її дуже важливим значенням, а саме: усвідомлення змісту системи оподаткування, насамперед, суб'єктів малого і середнього підприємництва. Відтак, слід ретельно опрацювати подані у словнику дефініції, а також перевірити свої знання, відповідаючи на теоретичні питання, тести та завдання.

Термінологічний словник:

Єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (ЄСВ) – обов'язковий платіж до системи загальнообов'язкового державного соціального страхування, що

справляється в Україні з метою забезпечення страхових виплат за поточними видами загальнообов'язкового державного соціального страхування.

Єдиний податок (ЄП) – податок, що сплачують суб'єкти господарської діяльності на спрощеній системі оподаткування, основний підприємницький податок.

Оподаткування юридичних осіб – законодавчо врегульований процес установлення й стягнення податків, визначення їхніх розмірів і ставок з урахуванням порядку їх сплати для підприємств з певними параметрами, що відображають: чисельність працюючих, обсяг валового доходу від реалізації, а також вид податкового режиму – загальний чи спеціальний (спрощений).

Спрощена система оподаткування – спеціальний податковий режим, запроваджений для зниження податкового навантаження та стимулювання малого підприємництва в Україні.



Для самоперевірки знань:

Основні теоретичні питання:

- Основні положення щодо оподаткування підприємницької діяльності в Україні.
- Особливості оподаткування підприємств малого і середнього бізнесу.
- Оподаткування фізичних осіб-підприємців.

Тести:

1. Який з критеріїв не відноситься до обов'язкових щоб стати платником ЄП?

- а) бути резидентом України;
- б) мати незначний борг перед державою;
- в) займатися тільки тією підприємницькою діяльністю, що передбачає законодавство;
- г) відповідати стандартам однієї з чотирьох груп єдиного податку.

2. Скільки груп платників ЄП передбачено чинним законодавством?

- а) 3;
- б) 2;

в) 4;

г) 6.

3. Програма BookKeeper застосовується для ведення:

а) бухгалтерського обліку;

б) оперативного обліку;

в) податкового обліку;

г) всіх видів обліку (а, б, в).

4. Чи сплачують ЄСВ фізичні особи-підприємці на ЄП?

а) так, обов'язково;

б) ні, ніколи не платять;

в) платять тільки за найманих робітників;

г) платять тільки за себе.

5. Види фінансової державної підтримки суб'єктів підприємництва в:

а) часткова компенсація відсоткових ставок за кредитами, які надаються на реалізацію проектів суб'єктів малого і середнього підприємництва;

б) часткова компенсація лізингових, факторингових платежів;

в) надання гарантії та поруки за кредитами суб'єктів малого і середнього підприємництва;

г) всі наведені види (а, б, в).

Завдання:

1. В чому полягають відмінності між загальною і спеціальною (спрощеною) системою оподаткування?

2. Якщо б ви відкрили власний магазин канцелярських товарів, перукарню або туристичну фірму, то за якою б групою Ви були платником ЄП? Чому саме так? Від чого це залежить?

Рекомендована література: 1; 5; 9; 13; 17; 22; 27; 30; 35; 36; 38.

Тема 5. Установчі документи й загальний порядок створення суб'єктів підприємництва в Україні

Методичні рекомендації щодо вивчення матеріалу Темі 5.

Методичні рекомендації щодо опрацювання матеріалу Темі 5 зводяться до з'ясування порядку створення та ліквідації суб'єктів

підприємництва, а також відповідного юридичного оформлення. Тож, усвідомлення основних понять Теми, надання відповідей на теоретичні питання та тести, розв'язання завдань – сприятиме повному засвоєнню необхідних матеріалів.

Термінологічний словник:

Злиття суб'єктів господарювання – це перехід всіх майнових прав та обов'язків кожного з них до суб'єкта, що утворюється унаслідок злиття.

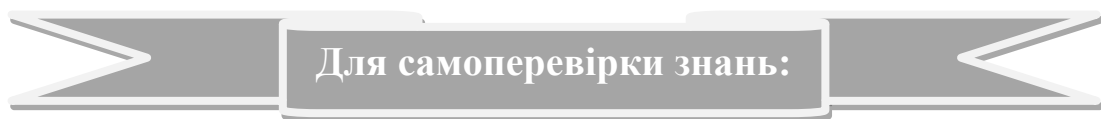
Квота – це обмеження обсягів здійснення певної підприємницької діяльності, встановлені Кабінетом міністрів України або органами місцевого самоврядування.

Ліцензія – це документ, виданий Кабінетом Міністрів України або уповноваженим ним органом, відповідно до якого її власник має право займатися певним видом підприємницької діяльності.

Спеціальний торговий патент – це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта господарювання на особливий порядок оподаткування відповідно до закону.

Торговий патент – це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта господарювання займатися певними видами підприємницької діяльності впродовж встановленого строку.

Установчі документи підприємства – це комплект документів установлені законом форми, згідно з якими підприємство або інший суб'єкт підприємницької діяльності виникають і діють як суб'єкти права.



Основні теоретичні питання:

- Установчі документи суб'єкта підприємницької діяльності.
- Загальний порядок створення та ліквідації суб'єктів підприємницької діяльності.
- Ліцензування підприємницької діяльності в Україні.
- Господарсько-правова, адміністративна та кримінальна відповідальності суб'єктів підприємництва за порушення податкового законодавства.

Тести:

1. Встановлення граничного обсягу виробництва чи обігу певних товарів і послуг має назву:

- а) квотування;
- б) ліцензування;
- в) патентування;
- г) моделювання.

2. Статут не є установчим документом для:

- а) акціонерного товариства;
- б) товариства з обмеженою відповідальністю;
- в) товариства з додатковою відповідальністю;
- г) командитного товариства.

3. Який має бути мінімальний розмір статутного капіталу акціонерного товариства згідно чинного законодавства України?

- а) не встановлено;
- б) 100 мінімальних заробітних плат, виходячи зі ставки мініимальної зарплати, що діє на момент створення (реєстрації) акціонерного товариства;
- в) 1 мінімальна заробітна плата;
- г) 1250 мінімальних заробітних плат, виходячи зі ставки мініимальної зарплати, що діє на момент створення (реєстрації) акціонерного товариства.

4. Який має бути мінімальний розмір статутного капіталу приватного підприємства згідно чинного законодавства України?

- а) не встановлено;
- б) 100 мінімальних заробітних плат, виходячи зі ставки мініимальної зарплати, що діє на момент створення (реєстрації) підприємства;
- в) 1 мінімальна заробітна плата;
- г) 1 гривня.

5. Чи обмежується законодавчо кількість акціонерів в акціонерних товариствах?

- а) так, обмежується і в ПАТ, і в ПрАТ;
- б) так, але тільки в ПАТ;
- в) так, але тільки в ПрАТ;
- г) не обмежується ані в ПАТ, ані в ПрАТ.

Завдання:

1. В чому полягають відмінності між приватним та публічним акціонерним товариством, між товариством з обмеженою і додатковою відповідальністю?

2. Порівняйте різновиди акціонерних товариств за певними критеріями. Дані занесіть у таблицю.

Критерії відмінностей	Кількість учасників	Процедура лістингу	Порядок руху учасників	Види акцій, що випускаються товариствами	Річна фінансова звітність
ПрАТ					
ПАТ					

Рекомендована література: 1; 2; 4; 8; 13; 17; 20; 21; 28; 32; 35.

Тема 6. Моделі національних ділових культур та особливості підприємницьких комунікацій

Методичні рекомендації щодо вивчення матеріалу Теми 6.

Методичні поради щодо опанування матеріалу Теми 6 спрямовані на усвідомлення основних дефініцій Теми, опрацювання теоретичних питань щодо запропонованих вченими моделей національних ділових культур, а також тестів та завдань, необхідних для розуміння впливу на підприємницьку діяльність національних ділових культур.

Термінологічний словник:

Аскрипція – просування соціальними «сходінками» завдяки зовнішнім, незалежним від індивіда властивостям.

Ділова культура – це система відносин, виражених у нормах, цінностях і знаннях, що регулює ділову активність з метою розвитку бізнесу в певній країні.

Досягнення – здобуття індивідом певного статусу завдяки безпосередньо власним успіхам (чого ти досяг – хто ти є).

Кластеризація – виокремлення сукупності країн (культур), які володіють схожими (близькими) характеристиками й властивостями.

Комунікація – це процес обміну інформацією (фактами, ідеями, поглядами, емоціями тощо) між двома або більше особами,

спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації.

Культура – усталена сукупність ціннісних орієнтирів, поведінкових норм, традицій та стереотипів, прийнята в даній країні або групі країн, засвоєна й відтворювальна суспільством і особистістю в різних формах.

Полікультурність – це принцип функціонування та співіснування в певному соціумі різноманітних етнокультурних спільнот, з притаманним їм усвідомленням власної ідентичності, що забезпечує їх рівноправність, толерантність та органічність зв'язку з широкою крос-культурною спільнотою, взаємозбагачення культур, а також наявність та визначення спільної загальнодержавної системи норм та цінностей.

Толерантність – здатність індивіда сприймати без агресії думки, які відрізняються від власних, а також особливості поведінки та способу життя інших.



Для самоперевірки знань:

Основні теоретичні питання:

- Зміст світової ділової культури і бізнес-комунікацій за моделлю Ф. Тромпенаарса.
- Ціннісні орієнтації культур і бізнес-комунікацій за моделлю Г. Хофстеде.
- Кластеризація світових ділових культур і національні відмінності бізнес-комунікацій.

Тести:

1. За класифікацією Ронен і Шенкар до німецького кластеру не належить така країна:
 - а) Німеччина;
 - б) Австрія;
 - в) Данія;
 - г) Швейцарія.
2. Сукупність заходів (обрядів), які надають психологічний вплив на працівників організації з метою зміцнення відданості їй:
 - а) ритуал;

- б) символіка;
- в) гасла;
- г) стереотип.

3. Приватні, відокремлені, неофіційні, суб'єктивно довірливі критерії в бізнес-культурі називаються:

- а) партикулярними;
- б) універсальними;
- в) монохронними;
- г) поліактивними.

4. Вербальна і невербальна взаємодія представників різних моральних систем, світоглядів, релігій тощо, має назву:

- а) кластер;
- б) крос-культурна комунікація;
- в) співробітництво;
- г) компаративістика.

5. Що не є ознакою бізнес-комунікацій:

- а) відтворюваність та еквівалентна потенційність;
- б) системність;
- в) непрогнозованість;
- г) повторюваність.

Завдання:

1. Дайте детальну характеристику моделям світових ділових культур Фонса Тромпенаарса та Гірта Хофстеде.

2. У чому полягають особливості моделі Р. Інглхарта? Якими є культурні виміри моделі?

Рекомендована література: 1; 2; 6; 8; 11; 13; 17; 21; 28; 32; 35.

Тема 7. Еволюція корпоративних культур і формування корпоративного іміджу

Методичні рекомендації щодо вивчення матеріалу Тем 7.

З методичної точки зору, задля отримання ґрунтовних знань з еволюції корпоративних культур, необхідно спочатку засвоїти основні поняття надані у термінологічному словнику, і тільки після цього, дати відповіді на теоретичні питання, опрацювати тести та завдання.

Термінологічний словник:

Концепція корпоративного іміджу – це головні принципи, мотиви й цінності, характерні для фірми та її товарів (послуг), а також – найбільш значущі для споживача.

Корпоративний імідж – позитивний образ організації (фірми).

Корпоративна культура організації – це певна ідеологія або система традиційних взаємин щодо внутрішнього середовища і зовнішнього оточення.

Організаційна культура – це сукупність цінностей або домінуючих переконань, що визначають пріоритети організації; набір норм поведінки; символи та символічні дії для розвитку і збереження загальних цінностей і норм.



Для самоперевірки знань:

Основні теоретичні питання:

- Корпоративна (організаційна) культура та її зміст.
- Функції корпоративної культури.
- Класифікації корпоративної культури.
- Корпоративний імідж, етапи та технології його формування.

Тести:

1. Функція корпоративного іміджу, що полягає в інформуванні оточення фірми та суспільства в цілому про існування фірми, її діяльність та можливості, має назву:

- а) комерційна;
- б) ресурсна;
- в) інформативна;
- г) захисна.

2. Культура, яка проявляється в сприятливому морально-психологічному кліматі, згуртованості людей, групових нормах і цінностях, неформальному статуті співробітників, їх особистої активності, взаєморозуміння, гармонії відносин:

- а) опікунська;
- б) праксеологічна;
- в) ціннісна;
- г) візуальна.

3. Корпоративний імідж виконує функції, одна з яких – полегшує залучення всіх видів ресурсів, у тому числі – допомагає знайти нових працівників, акціонерів, залучити зацікавлених інвесторів, забезпечити суспільну й державну підтримку тощо, називається:

- а) комерційна;
- б) ресурсна;
- в) захисна;
- г) репутаційна.

4. Визначальними властивостями сучасного цивілізованого підприємництва є:

- а) монополізація виробництва і реалізації продукції;
- б) наявність тіньового бізнесу, зрощування влади і власності;
- в) інноваційність, інформативність, гуманність, екологічність;
- г) всі відповіді вірні.

5. До технологій створення корпоративного іміджу відносять:

- а) Celebriti-PR;
- б) тізерні PR-технології;
- в) маніпулятивні технології;
- г) всі перераховані (а, б, в).

Завдання:

1. Наведіть сильні та слабкі сторони моделі Р. Льюїса (трикутника).

2. Дайте ґрунтовну характеристику моделі корпоративної культури К. Рапая.

Рекомендована література: 2; 11; 12; 16; 14; 19; 21; 22; 28; 35.

Тема 8. Командне управління, лідерство та врегулювання конфліктів

Методичні рекомендації щодо вивчення матеріалу Теми 8.

Методичні поради щодо опрацювання матеріалу однієї із найважливіших тем курсу полягають у засвоєнні основних понять термінологічного словника до даної Теми, тільки після цього слід приступати до надання відповідей на теоретичні питання, тести та розв'язання задач.

Термінологічний словник:

Автократичний стиль – це такий стиль управління, при якому рішення приймає лідер, влада сильно централізована.

Демократичний стиль управління полягає в прийнятті рішень бере участь вся спільнота (співтовариство).

Ліберальним стилем є такий стиль управління, коли лідер вільно делегує повноваження на більш нижчі рівні.

Нарцистичний стиль – це стиль управління, де лідер ігнорує інтереси групи на користь особистого.

Неформальні групи – це такі групи, що виникають стихійно на основі соціальних і психологічних взаємин між людьми та є спонтанною реакцією на незадоволені індивідуальні потреби.

Плоска структура організації – організаційна структура управління підприємством або компанією, що передбачає незначну кількість рівнів управління і широке коло управлінських функцій.

Принцип командного управління – це така схема управління, в якій члени команди топ-менеджменту, насамперед, є членами команди топ-менеджменту, і тільки після цього кураторами конкретних напрямків.

Рівень управління – це сукупність управлінських ланок, які перебувають на відповідному ієрархічному щаблі управління та відображають послідовність їх підрозділів знизу доверху.

Управління конфліктами – це визначення можливих зон виникнення конфліктів в організації та зниження конфліктного потенціалу, тобто – запобігання конфліктної ситуації.

Формальними групами називають такі, які створюються з волі керівництва й існують в рамках офіційної організації.



Для самоперевірки знань:

Основні теоретичні питання:

- Особливості командного управління та застосування передових методів менеджменту в транснаціональних корпораціях і спільних підприємствах.
- Влада, лідерство та групи в управлінні міжнародними підприємницькими структурами.

- Лідерство в управлінні персоналом міжнародних компаній.
- Врегулювання конфліктів і міжнародні переговори як засіб подолання культурних бар'єрів.

Тести:

1. До технологій регулювання конфліктів відносять:
 - а) інформаційну;
 - б) комунікативну;
 - в) організаційну;
 - г) всі вищеперераховані.
2. Як називаються в теорії організації типи груп, які створюються з волі керівництва й існують в рамках офіційної організації?
 - а) формальні;
 - б) неформальні;
 - в) приватні;
 - г) складні.
3. Соціально-психологічні технології регулювання конфліктів включають:
 - а) роботу з неформальними лідерами й мікрогрупами, зниження напруженості та ствердження соціально-психологічного клімату в колективі;
 - б) організацію спілкування між суб'єктами конфліктної взаємодії (та їх прибічниками); забезпечення продуктивного спілкування між сторонами конфлікту;
 - в) вирішення кадрових питань; використання різних методів (заохочення – покарання) та зміну умов взаємодії співробітників тощо;
 - г) ліквідацію дефіциту інформації стосовно конфлікту; виключення з інформаційного поля скривленої інформації, усунення пліток тощо.
4. Найефективнішою формою організації менеджменту в сучасних умовах вважається:
 - а) «команда мрії» («dream team»);
 - б) автократичний стиль;
 - в) нарцистичний стиль;
 - г) немає правильної відповіді.
5. Назвіть причини самоорганізації людей у формі малих груп:
 - а) матеріальні;

- б) організаційно-виробничі;
- в) соціально-психологічні.
- г) всі вищеперераховані.

Завдання:

1. Визначте види інформації, що можуть становити підприємницьку таємницю в Україні.
2. Доведіть, що повна відсутність елементів конфлікту всередині сучасної організації є не тільки неможливою умовою, але й небажаною.

Рекомендована література: 4; 8; 13; 15; 19; 21; 25; 30; 33; 36.

Тема 9. Національні школи та особливості зв'язків з громадськістю й реклами в бізнесі та некомерційній сфері

Методичні рекомендації щодо вивчення матеріалу Темі 9.

Методичні рекомендації щодо опрацювання матеріалу Темі 9 зводяться до визначення особливостей національних шкіл PR і реклами. Отже, засвоєння основних понять Темі дозволить правильно відповісти на теоретичні питання та тести, а також розв'язати завдання.

Термінологічний словник:

Грант – це кошти, безоплатно передані дарувальником (фондом, корпорацією, урядовою установою) некомерційної організації або приватній особі для виконання конкретної роботи.

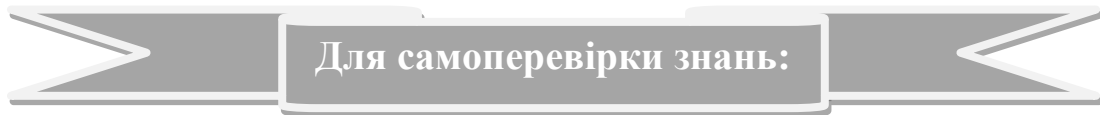
Донори (грантодавці, спонсори) – приватні особи або організації, які розглядають заявки на грант і надають гранти.

Зв'язки з громадськістю («public relations» – PR) – управління комунікаціями організації задля налагодження стійких зв'язків, довіри та взаєморозуміння з її цільовою аудиторією.

Реклама – будь-яка платна форма неособистого представлення й просування ідей, товарів і послуг певним рекламодавцем серед аудиторії, яка здійснюється переважно через засоби масової інформації.

Спонсорство – некомерційна діяльність бізнес-суб'єкта, націлена на формування сприятливого образу спонсора шляхом підтримки ідей і проектів соціально-культурного спрямування.

Фандрайзинг (fund-raising) – це цілеспрямований систематичний пошук спонсорських (чи інших) засобів для здійснення соціально значущих проєктів, які використовуються як для реалізації соціально значущих програм, так і для організаційної підтримки міжнародних некомерційних організацій.



Основні теоретичні питання:

- Зв'язки з громадськістю та реклама: співвідношення й національні школи.
- Відмінності PR від реклами.
- Галузеві особливості зв'язків з громадськістю та реклами в бізнесі.
- Особливості зв'язків з громадськістю та реклами в некомерційній сфері.

Тести:

1. Реклама безпосередньо спрямована на:
 - а) соціальну сферу;
 - б) економічну сферу;
 - в) політичну сферу;
 - г) культурну сферу.
2. Коли було вперше використано поняття «public relations»?
 - а) 1897 р.;
 - б) 1900 р.;
 - в) 1950 р.;
 - г) 2000 р.
3. Які суб'єкти ринкової економіки залежать від громадської думки більше, ніж компанії будь-якої іншої галузі економії:
 - а) банківські установи;
 - б) промислові підприємства;
 - в) сільськогосподарські підприємства;
 - г) будівельні компанії.
4. Хто в 1904 р. заснував першу PR-агенцію в світі:
 - а) Е. Бернайс;
 - б) А. Ледбеттер;

в) А. Лі;

г) Т. Джеферсон.

5. При фандрайзингу джерелами залучення коштів можуть бути:

а) місцевий бюджет;

б) участь в державних (або регіональних) цільових програмах;

в) збір пожертвуваль;

г) всі перераховані.

Завдання:

1. Порівняйте між собою національні школи PR і реклами: американську, англійську, німецьку та французьку.

2. Дайте характеристику поняттям «реклама» та «PR». Порівняйте їх за основними критеріями, як-то: націленість на конкретну сферу; спрямованість на досягнення певних інтересів; залежність від визначеної політики чи повна самостійність; наявність чи відсутність зворотнього зв'язку тощо.

Рекомендована література: 2; 4; 8; 13; 17; 19; 21; 26; 33; 34; 36.

Розділ 2

Методичні рекомендації щодо написання та захисту курскових робіт з дисципліни «Підприємництво та бізнес-культура»

2.1. Вимоги до підготовки та написання курсової роботи

Самостійна робота здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Економіка» з дисципліни «Підприємництво та бізнес-культура» також передбачає написання та захист курсової роботи.

Курсова робота є одним з видів індивідуальної роботи студентів, рівень підготовки якої свідчить про ступінь засвоєння ними здобутих знань. Основна мета даної курсової роботи – опрацювання та аналіз одного з питань теорії і практики підприємництва та бізнес-планування.

Курсова робота має відображати здатність студента працювати з науковою та аналітичною літературою, поєднувати теоретичні знання з практичною діяльністю, розробляти і формулювати обґрунтовані пропозиції щодо удосконалення досліджуваних в роботі процесів.

Тема курсової роботи повинна бути актуальною, а об'єкт дослідження – відповідати визначеній темі.

Мета курсової роботи – систематизувати, закріпити та розширити теоретичні знання, поєднати їх з практичними матеріалами, ознайомитися з методами, напрацьованими іншими дослідниками, а також науково обґрунтувати результати власних досліджень.

Зміст роботи та якість її оформлення мають відповідати сучасним вимогам до таких робіт. При оцінюванні курсової роботи звертається увага не лише на якість самої курсової роботи, а й відповідність її оформлення стандартам. Оскільки невідповідність в оформленні курсової роботи встановленим вимогам може суттєво вплинути на остаточну оцінку роботи або взагалі буде недопущена до захисту.

До відома студента кафедра доводить інформацію про призначеного наукового керівника, який допомагає вибрати тему курсової роботи та надає індивідуальні консультації під час її виконання.

Основні етапи підготовки та виконання курсової роботи:

1. Вибір теми і об'єкта дослідження, на матеріалах якого буде виконуватися курсова робота.

2. Затвердження теми та закріплення за студентом об'єкта, де буде проводитись дослідження.

3. Складання студентом плану курсової роботи та погодження його з науковим керівником.

4. Ознайомлення студента з індивідуальним завданням для виконання наукового дослідження, яке видає науковий керівник.

5. Підготовка студентом інформаційної бази для написання курсової роботи.

6. Написання й оформлення курсової роботи.

7. Подання курсової роботи на кафедру для рецензування.

8. Доопрацювання курсової роботи відповідно до зауважень рецензента.

9. Захист курсової роботи.

Студенти мають виконати курсову роботу і подати її на кафедру в термін, передбачений графіком навчального процесу.

Вибір теми курсової роботи та складання плану дослідження

Підготовка курсової роботи потребує систематизації теоретичних знань і поєднання їх з практичними навичками.

Тема курсової роботи формулюється на підставі загального ознайомлення з конкретною проблемою, яку необхідно вивчити на рівні теоретичного та практичного аналізу. На цій стадії необхідно науково і практично обґрунтувати напрям дослідження, причини вибору теми та її актуальність.

Для вибору теми курсової роботи студенти можуть використовувати рекомендовану тематику курсових робіт. Вона розробляється і систематично переглядається викладачами з урахуванням ступеня актуальності тем. Крім того, студент може запропонувати й іншу тему, але вона має бути актуальною, відповідати тематичній спрямованості дисципліни «Підприємництво та бізнес-культура».

Тему курсової роботи може запропонувати студенту його науковий керівник, який, можливо, працює над розробкою певних аспектів даної теми.

Основні критерії вибору теми: її актуальність, новизна, перспективність, відповідність профілю навчання студента, можливість розробити тему в обмежений час і зібрати при цьому необхідну інформацію.

Структура курсової роботи

Рекомендується така структура курсової роботи:

- титульний аркуш;
- вступ (розкриття актуальності вибраної теми, об'єкта і предмета дослідження, мети й основних завдань, застосованих методів);
- перший розділ – теоретична частина (огляд літературних джерел з вибраної теми, аналіз відповідних темі понять, наукових положень, ступеня розробленості проблеми);
- другий розділ – практична частина (практичний аспект теми, що досліджується);
- третій розділ – розрахунковий: планування діяльності, прогнозування досліджуваних процесів, розробка заходів щодо уникнення економічних ризиків тощо.
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки (за необхідності).

Обов'язковою складовою курсової роботи є докладний план: вступ, три розділи, кожний з яких, зазвичай, має по три пункти, висновки, список використаних джерел і в разі потреби додатки (Додаток А).

Рекомендований зміст структурних розділів курсової роботи

Вступ

У вступі курсової роботи необхідно коротко викласти такі питання.

Обов'язково обґрунтувати актуальність вибраної теми. Висвітлення актуальності не повинно бути багатослівним. Досить кількома реченнями висловити головне – сутність проблеми та необхідність її дослідження.

Сформулювати мету роботи і завдання, які необхідно вирішити для досягнення поставленої мети.

Визначити об'єкт і предмет дослідження. Об'єкт – це процес або явище щодо проблемної ситуації, вибраний для вивчення. Предмет дослідження міститься в межах об'єкта. Об'єкт і предмет дослідження як категорії наукового процесу співвідносяться між собою як загальне і часткове. В об'єкті виділяється та його частина, що є предметом дослідження. Саме на нього спрямована основна увага студента, оскільки предмет дослідження визначає назву теми роботи, зазначеної на титульному аркуші. Також назвати основні чинні нормативно-правові акти, що регулюють підприємницьку діяльність в Україні.

Обсяг вступу – 2-3 сторінки.

Розділ 1

Перший розділ є теоретико-правовим дослідженням, метою якого є систематизація здобутих знань з підприємництва та бізнес-культури відповідно до вибраної теми.

У розділі обов'язково дається аналіз чинних нормативно-правових актів з розвитку підприємництва. Також аналізуються думки вчених-економістів з досліджуваних проблем за останні п'ять років, наводиться огляд літературних джерел за темою, їх критичний аналіз та узагальнення.

В огляді літератури необхідно окреслити основні етапи розвитку наукової думки за окресленою проблемою. Обов'язково мають бути посилання на використані джерела.

Обсяг першого розділу – не більше 30% загального обсягу курсової роботи.

Розділ 2

Другий розділ – практичний. Він містить практичний аспект дослідження вибраної теми. Мета цього етапу – на конкретному об'єкті провести дослідження з вибраної тематики.

На цьому етапі необхідно використовувати методи і принципи наукового дослідження: методи формальної логіки (індукцію і дедукцію), системні методи (дослідження операцій, теорію масового обслуговування, теорію управління тощо), аналітичні та логічні методи – для аналізу стану та розвитку об'єкта і предмета дослідження; структурно-функціональні, спостереження та порівняння – для визначення основних напрямів розвитку; економіко-математичні – для оцінювання показників і процесів, що аналізуються; економіко-

статистичні групування і вибіркові спостереження – для порівняльного оцінювання підсумків.

Цей розділ має містити фактичні дані щодо практичного матеріалу з вибраної проблематики.

Результати аналізу даних слід представити у вигляді таблиць, діаграм, графіків тощо.

Обсяг другого розділу – не більше 35% загального обсягу курсової роботи.

Розділ 3

Третій розділ – це пропозиції, шляхи удосконалення, прогнозування досліджуваних процесів тощо із застосуванням програмних продуктів або економіко-математичних методів.

Обсяг третього розділу – 20% загального обсягу курсової роботи.

Висновки

У висновках викладаються найважливіші наукові та практичні результати, одержані в результаті дослідження. За змістом висновки мають бути пов'язані зі структурою роботи і впливати із завдань дослідження.

Висновки повинні бути стислими та повною мірою відображати матеріал, викладений в курсовій роботі.

Список використаних джерел

Список літератури містить всі джерела інформації, що використовувалися при написанні курсової роботи.

Додатки

За необхідності до додатків доцільно включати допоміжний матеріал, необхідний для повноти сприйняття курсової роботи:

- проміжні математичні розрахунки, формули тощо;
- таблиці допоміжних цифрових даних;
- акти впровадження, розрахунки економічного ефекту;
- інструкції і методики, опис алгоритмів і програм вирішення задач на ЕОМ, розроблені у процесі виконання роботи;
- ілюстрації допоміжного характеру.

2.2. Загальні положення щодо оформлення курсової роботи

Курсова робота повинна бути виконана й оформлена з додержанням вимог до наукових робіт. Оптимальний обсяг курсової

роботи – 30-35 друкованих сторінок, список використаної літератури – близько 20 джерел.

Обов'язковою вимогою до курсової роботи є написання її державною мовою, за винятком списку використаних джерел. Він складається мовою видання. Цитати з цих джерел наводяться в тексті виключно українською мовою.

Текст курсової роботи набирається на комп'ютері на одному звороті аркуша білого паперу формату А4 (210 x 297 мм). Сторінки обмежуються полями: ліве – 30 мм, верхнє та нижнє – 20, праве – 15 мм. Відстань між заголовком і текстом – 15-20 мм. Шрифт – чорного кольору. Щільність тексту однакова по всій роботі. Сторінка має містити не менше 28-30 рядків по 57-60 знаків у кожному (з урахуванням інтервалів).

Рекомендована гарнітура – Times New Roman, кегль – 14, інтервал між рядками – 1,5.

Курсова робота має бути надрукована чітко, без помилок і виправлень. Текст курсової роботи може ілюструватись кресленнями, рисунками, схемами, фотографіями, графіками, діаграмами та таблицями.

Курсова робота починається з титульної сторінки за формою, наведеною в Додатку Б. Вона є першою сторінкою курсової роботи, яку включають до загальної нумерації сторінок, але не нумерують. Далі номер сторінки проставляють у правому верхньому куті аркуша. За титульною сторінкою наводяться послідовно зміст, вступ, розділи в порядку подання, висновки, список використаних джерел, додатки. Всі вони починаються з нової сторінки, а кожен з підрозділів – після закінчення попереднього.

Якщо в курсовій роботі вжито специфічну термінологію, а також використано маловідомі скорочення, нові символи, позначення тощо, то їх перелік можна дати окремим списком перед вступом.

Перелік друкується двома колонками, де ліворуч за абеткою наводять, наприклад, скорочення, праворуч – їх детальну розшифровку.

Якщо в курсовій роботі є спеціальні терміни, скорочення, символи, позначення і таке інше повторюється менше трьох разів,

перелік не складають, а їх розшифровку наводять у тексті при першому згадуванні.

Текст основної частини курсової роботи поділяють на розділи та підрозділи. Кожну структурну частину роботи починають з нової сторінки. Заголовки структурних частин роботи „ЗМІСТ”, „ВСТУП”, „РОЗДІЛ”, „ВИСНОВКИ”, „СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ”, „ДОДАТКИ” друкують великими літерами симетрично до тексту.

Заголовки підрозділів друкуються малими літерами (крім першої великої) з абзацу. В кінці заголовка крапки не ставлять. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою.

Номер розділу ставиться після слова „РОЗДІЛ”, після номера крапка не ставиться, потім з нового рядка друкується заголовок розділу.

Титульну сторінку включають до загальної нумерації сторінок, але її не нумерують. Нумерацію наступних сторінок подають арабськими цифрами, які проставляють у правому верхньому куті.

Порядок посилань на літературні джерела

Посилання на літературні джерела в тексті наводяться у квадратних дужках []. Це може бути посилання на джерело в цілому або на джерело із зазначенням конкретної сторінки.

Наприклад, посилання [7, с. 25] означає таке: 7 - порядковий номер, під яким значиться літературне джерело у списку, 25 - сторінка цитованого джерела, з якого використана відповідна цитата чи цифровий матеріал.

У Змісті, який розміщують за титульною сторінкою курсової роботи, вказується лише номер початкової сторінки пункту плану.

Оформлення ілюстрацій, таблиць, формул, списку використаних джерел, додатків

Ілюстрації

До ілюстрацій належать креслення, рисунки, схеми, фотографії, графіки, діаграми.

Ілюстрації повинні мати назву, яку розміщують після номера ілюстрації. За потреби ілюстрації доповнюють пояснювальними даними (текст під рисунком). Ілюстрації (фотографії, креслення, схеми, графіки, карти) і таблиці слід наводити в роботі безпосередньо

після тексту за першою згадкою або на наступній сторінці. Ілюстрації і таблиці, розміщені на окремих сторінках роботи, включають до загальної нумерації. Ілюстрацію більшу за формат А4 враховують як одну сторінку і розміщують у відповідних місцях після згадування в тексті або в додатках.

Ілюстрації позначають словом „Рис.” і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій в додатках. Номер ілюстрації складається з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між ними ставиться крапка.

Наприклад: Рис. 1.2. (другий рисунок першого розділу).

Номер рисунка, його назва і пояснювальні підписи розміщуються послідовно під ним. Якщо в курсовій роботі один рисунок, то його нумерують за загальними правилами.

Таблиці

У таблицях наводяться цифрові дані. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею і друкують симетрично до тексту. Назва і слово «Таблиця» починаються з великої літери.

Слово «Таблиця» друкують праворуч курсивом. Назви друкують жирним шрифтом та не підкреслюють. Заголовки колонок повинні починатися з великих літер, підзаголовки — з малих, якщо вони становлять одне речення із заголовком, і з великих, якщо вони самостійні. Колонку з порядковими номерами рядків до таблиці не включають.

Таблицю розміщують після першого згадування у тексті так, щоб її можна було читати без повороту або з поворотом за годинниковою стрілкою. Таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на іншу сторінку. В такому разі зазначають курсивом: *Продовження табл.* Таблицю з великою кількістю колонок можна ділити на частини і розміщувати одну частину під іншою в межах однієї сторінки.

Приклад побудови таблиці:

Таблиця 1.1

Назва таблиці

Назва колонки	Назва графи	Заголовки і підзаголовки граф (гр. 1-4)			
А	Б	1	2	3	4
Назва (зміст) рядка					

Якщо цифрові або інші дані в будь-якому рядку таблиці не наводяться, то в ньому ставиться риска (-).

На всі таблиці повинні бути посилання в тексті, при цьому слово «таблиця» в тексті пишуть скорочено, наприклад: «... у табл.1.2». У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації треба вказувати скорочено слово «дивись», наприклад: «див. табл. 1.3».

Формули

Формули і рівняння треба виділяти з тексту вільними рядками та позначати певним номером, написаним у лапках.

Наприклад:

$$T_p = K_{од} \cdot Ц_{од}, \quad (2.1)$$

де T_p — товарообіг роздрібний;

$K_{од}$ — кількість реалізованих одиниць товару;

$Ц_{од}$ — ціна одиниці товару.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів треба наводити безпосередньо під формулою у послідовності, наведеній у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнта треба подавати з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова „де” без двокрапки.

Вище і нижче від кожної формули потрібно залишити пробіл. Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його слід перенести після знаку рівності (=) або після знаків плюс (+), мінус (-), множення (•) і ділення (:).

Формули (якщо їх більше ніж одна) нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Номери формул пишуть біля правого берега аркуша на рівні відповідної формули у круглих дужках, наприклад: (3.1) (перша формула третього розділу). Посилання на формули вказують порядковим номером формули в дужках, наприклад «... у формулі (2.1)».

Список використаних джерел

До списку використаних літературних джерел включають всі джерела, які студенти опрацьовували у процесі написання курсової роботи, але не менше 20 найменувань.

Розташування літературних джерел бажано проводити в міру згадки у тексті роботи (за послідовністю посилань), але можливо і за

алфавітом. Основна вимога до використаних джерел – єдине оформлення і дотримання чинного Національного стандарту України ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».

Додатки

Додатки оформлюють як продовження курсової роботи на прикінцевих її сторінках, зазначаючи їх у порядку посилань у тексті.

Кожний додаток починається з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично щодо тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово «Додатки».

Додатки позначаються послідовно великими літерами української абетки, за винятком літери Ї, наприклад: Додаток А, Додаток Б і т. д. Один додаток позначається як Додаток.

2.3. Вимоги до захисту курсової роботи

Виконану і відповідно оформлену курсову роботу студент подає науковому керівнику, який пише відгук, де зазначає її теоретичний рівень, глибину проведених досліджень, доцільність і обґрунтованість рекомендацій, формулює висновок (рекомендована чи не рекомендована робота до захисту).

Курсову роботу студент захищає в навчальній групі. Доповідь, зазвичай, триває близько 5-7 хвилин. Орієнтовна структура доповіді має відображати структуру курсової роботи. Особливу увагу слід приділити характеристиці власного внеску в розробку проблеми.

Після доповіді студент відповідає на запитання викладачів. Під час захисту оцінюються: якість виконаної студентом курсової роботи, рівень знань і набутих навичок за темою, вміння аналізувати практичну діяльність, логічно та аргументовано викладати думки, відповідати на запитання, обґрунтовувати власну думку.

2.4. Рекомендована тематика курсових робіт з дисципліни

1. Бізнес-культура: зміст і чинники розвитку.
2. Особливості бізнес-культури розвинених країн.
3. Інституціональні основи формування бізнес-культури.
4. Правова культура як фактор бізнес-культури.

5. Місце і роль держави у формуванні бізнес-культури.
6. Проблеми і перспективи становлення цивілізованої бізнес-культури в Україні.
7. Олігархічна модель економіки: зміст та особливості різних країн.
8. Особливості становлення бізнес-культури в постсоціалістичних країнах.
9. Особливості становлення бізнес-культури в країнах Південного сходу (мусульманського світу).
10. Культура і бізнес: взаємозумовленість у просторі та часі.
11. Формування крос-культурної компетенції в сфері маркетингових комунікацій.
12. Управління бізнесом в галузях невиробничої сфери (спорт, туризм, медицина, освіта, культура та ін.).
13. Управління формуванням і розвитком інноваційного бізнесу.
14. Організаційна культура (вплив культури на організаційну ефективність).
15. Проблеми та перспективи інтернаціоналізація бізнесу в Україні.
16. Етичні аспекти бізнесу різних країн і етнокультурних груп.
17. Соціально-етичні аспекти підприємництва.
18. Мале підприємництво та його роль у реформуванні економіки України.
19. Формування і розвиток бренду.
20. Підприємницькі ризики і бізнес-планування.
21. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні.
22. Позитивний імідж фірми як фактор її конкурентоспроможності.
23. Державна підтримка малого підприємництва в Україні.
24. Аналіз бізнес-середовища фірми при бізнес-плануванні.
25. Значення реклами та PR-кампаній в формуванні бізнес-культури.
26. Функціонування малих підприємств в Україні: вплив сучасної бізнес-культури.

27. Розвиток акціонерної форми підприємництва та монополізація економік розвинених країн.
28. Становлення підприємництва в Україні: вплив крос-культурного фактору.
29. Особливості та характерні риси розвитку підприємництва в Україні.
30. Етика протестантизму як основа формування і розвитку підприємництва країн англо-саксонського світу.
31. Підприємництво як основа формування середнього класу і політичної стабільності суспільства.
32. Соціальна відповідальність бізнесу: вітчизняний досвід і перспективи відродження в Україні.
33. Громадські об'єднання підприємців: сутність і роль у формуванні цивілізованого підприємництва.
34. Об'єктивна необхідність коопераційних зв'язків суб'єктів підприємництва.
35. Франчайзингова форма підприємництва, її зміст і роль в умовах інтернаціоналізації діяльності.
36. Венчурний бізнес: світовий досвід, проблеми та перспективи становлення в Україні.
37. Компаративний аналіз національної ділової культури України.
38. Профіль українського підприємця (українського маркетолога, українського менеджера).
39. Роль релігії у формуванні національних ділових культур.
40. Етика ділової людини і роль культури у сучасному підприємстві.

ВИСНОВКИ

Навчальна дисципліна «Підприємництво та бізнес-культура» є складною за своїм змістом й об'єктивно багато у чому відіграє визначальну роль в освітньому процесі підготовки фахівців-економістів. Така роль даного курсу зумовлюється його складним міждисциплінарним змістом. З одного боку, – органічним синтезом суто економічних та менеджерських, фінансових і маркетингових аспектів підприємницької діяльності. З іншого, – поєднанням і фахових, і соціально-гуманістичних складових сучасного підприємництва.

Дисципліна «Підприємництво та бізнес-культура» зумовлює необхідність не тільки належного відношення до її вивчення, а й еволюційно складне і достатньо тривале у часі усвідомлення її дійсного багатого змісту. Так само, перехід до вивчення нових навчальних дисциплін (й освоєння нових – більш складних і досконалих форм підприємницької діяльності) призводять до потреби періодичного «повернення» до аналізу проблематики навчального курсу.

Розуміння ролі і значення навчальної дисципліни «Підприємництво та бізнес-культура» в освітньому процесі підготовки фахівців економічного профілю та їхній майбутній професійній діяльності і стало підґрунтям опрацювання даних Методичних рекомендацій.

Список використаних джерел

Основна навчальна література

1. Апопій В.В. Основи підприємництва: навч. посіб. / В.В. Апопій, Н.О. Шутовська, С.А. Серeda. К.: Ліра-К, 2014. 324 с.
2. Воронкова В.Г. Основи підприємництва: теорія та практикум: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2014. 455 с.
3. Грищенко І.М. Підприємницький бізнес: Підруч. для студентів ВНЗ. К.: Грамота, 2016. 519 с. Режим доступу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/7036/3/20170630_Gryshchenko_Titul.pdf.
4. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навч. посіб. Одеса: Бондаренко М.О., 2018. 305 с. Режим доступу: <https://studfile.net/preview/7577590/>.
5. Кібік О.М. Теорія бізнесу: навч. посібник / О.М. Кібік, К.В. Белоус., В.О. Котлубай. 2-ге вид., випр. і доп. Одеса : КУПРІЄНКО СВ, 2017. 225 с. Режим доступу: <https://www.sworld.com.ua/files/uchebnik/ucheb-ua-040.pdf>.
6. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування: навч. посіб. Суми : ВТД "Університетська книга", 2012. 208 с.
7. Кулішов В.В. Економічний довідник підприємця: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2013. 162 с.
8. Роженко О.В. Лекції з дисципліни «Підприємництво і бізнес-культура»: для студентів ступеня «бакалавр» / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підприємництва і торгівлі. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2016. 216 с. Режим доступу: http://elibrary.donnuet.edu.ua/919/1/Rozhenko_2016_4.pdf.
9. Петрович Й.М. Створення і функціонування суб'єктів підприємництва: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2015. 256 с.
10. Підприємництво і бізнес-культура: навчальний посібник / Укладачі: Лаготюк В.О., Безродна С.М. Чернівці, Видавничий дім «РОДОВІД» 2016. 158 с. Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/34027/1/Lahotiuk_Pidpryemnytstvo_i_biznes-kultura_2016.pdf.

11. Підприємництво і бізнес-культура [Електронний ресурс]: практикум / [В. М. Колот, І. М. Репіна, Л. А. Шергіна та ін.]. К.: КНЕУ, 2014. 244 с. Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/18895/Szczerbyna%201.pdf;jsessionid=8B0D05FAE454083BEE1B8F4A25300A1B?sequence=1>.

12. Підприємництво та бізнес-культура: метод. рекомендації до вивчення дисципліни та виконання контрольної роботи для студентів напряму «Економіка підприємства» денної та заочної форм навчання / уклад. Т.П. Басюк. Київ: НУХТ, 2012. 13 с. Режим доступу: <http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/44.pdf>.

13. Таранюк Л.М. Потенціал і розвиток підприємства: навч. посіб. Суми: ВВП «Мрія-1», 2016. 278 с.

14. Тестові завдання з навчальної дисципліни «Підприємництво та бізнес-культура» для студентів напряму підготовки «Економіка підприємства» денної форми навчання : [Електронне видання] / уклад. В. В. Ушкальов, В. І. Ковальова. Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 38 с. Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/9677/1/2015-%D0%A3%D1%88%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D0%B2%20%D0%92.%D0%92.%2C%20%D0%9A%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%92.%D0%86.pdf>.

15. Тягунова Н.М., Спориш О.А. Підприємництво і бізнес-культура. Кредитно-модульний курс: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2014. 118 с.

16. Чеботарьов В.А., Глінковська Б., Чеботарьов Є.В. Крос-культурні підприємницькі комунікації: навчально-методичний посібник для магістрантів. Старобільськ: ДЗ. „Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка”, 2018. 138 с.

17. Ярошевич Н.Б. Підприємництво і менеджмент: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2014. 408 с.

Додаткова література:

18. Бондарчук Т.Л. Підприємництво як чинник соціальних трансформацій: історичний досвід XIX – початку XX ст. Український

соціум. 2017. № 1(60). С. 84–96. Режим доступу: http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/US2017/US_1_2017ua/84-96.pdf.

19. Брижань І.А., Міняйленко І.В., Ушакова Ю.С. Сучасні підходи до оцінювання моделі формування підприємницької компетентності персоналу за методом «360 градусів». Ефективна економіка. 2018. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6649> (дата звернення: 17.02.2021).

20. Брітченко І.Г., Смерічевський, О.В. Ахунзянов, Т.М. Банасько С.Ф. та ін. Закономірності і перспективи розвитку малого підприємництва в структурі національної інноваційної системи України. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. 224 с. Режим доступу: https://www.researchgate.net/profile/Olena-Klimova/publication/319296641_ZAKONOMIRNOSTI_I_PERSPEKTIVI_ROZVITKU_MALOGO_PIDPRIEMNICTVA_V_STRUKTURI_NACIO_NALNOI_INNOVACIJOI_SISTEMI_UKRAINI/links/5b4620260f7e9b4637cbf71e/ZAKONOMIRNOSTI-I-PERSPEKTIVI-ROZVITKU-MALOGO-PIDPRIEMNICTVA-V-STRUKTURI-NACIONALNOI-INNOVACIJOI-SISTEMI-UKRAINI.pdf.

21. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV: редакція від 16.10.2020 року. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.

22. Педько А.Б. Основи підприємництва і бізнес-культури. Центр учбової літератури. 2020. 168 с.

23. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-УІ. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

24. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 № 2404-VI зі змінами та доповненнями. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text>.

25. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI зі змінами та доповненнями. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text>.

26. Радченко С.Г. Етика бізнесу: навч. посіб. 2-ге вид., переробл. і допов. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 396 с. Режим

доступу:

<https://knute.edu.ua/file/MjI=/73b96e0500c677b4628c3c63e0635779.pdf>.

27. Синицина Г.А., Рачкован О.Д. Основи бізнесу та підприємницької діяльності: конспект лекцій. Харків: ХДУХТ, 2019. 93 с. Режим доступу:

http://www.dut.edu.ua/uploads/1_2065_85675251.pdf.

28. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 14-15 травня 2020 р. / За заг. редакцією проф. Ткаченко А.М. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2020. 408 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу:

<http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/11279/1/%D0%A2%D0%B5%D0%B7%D0%B8%20%D0%97%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%B4%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D1%85%20%28%D0%97%D0%B0%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B6%D0%B6%D1%8F%2C%20%20%D0%9D%D0%A3%20%D0%97%D0%B0%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B7%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%96%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%29.pdf>.

29. Фінансові механізми сталого розвитку України в умовах сучасних викликів: тези доп. Міжнар. наук.-практ. студ. конф. (м. Київ, 17 трав. 2019 р.). Київ : КОМПРИНТ, 2019. С. 126-128.

30. Хомко Л. В., Кульгавець Х. Ю. Правове регулювання підприємницької діяльності: навчальний посібник. Львів: ЛьвДУВС, 2016. 424 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/189/1/xomko%20posib.pdf>.

31. Lewis R. Fish Can't See Water: How National Culture Can Make or Break Your Corporate Strategy (2013), John Wiley & Sons.

Інформаційні ресурси:

32. Аналітичні матеріали. Портал для підприємців. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://sme.gov.ua/analytics/>.

33. Венчурна діяльність. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://finansist.hiblogger.net/>.

34. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

35. Звіт «Ведення бізнесу» [Електронний ресурс]. Вікіпедія – вільна енциклопедія. Режим доступу: http://uk.m.wikipedia.org/wiki/Звіт_«Ведення_бізнесу».

36. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>.

37. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. [Електронний ресурс]. Режим доступу : www.nbuv.gov.ua.

38. DOING BUSINESS-2018. Україна в рейтингу Світового банку легкості ведення бізнесу. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/doing-business2018-ukrayina-v-reytingu-svitovogo-banku-legkosti-vedennya-biznesu>.

39. Startup Ranking. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.startupranking.com/countries>.

Зразок оформлення плану курсової роботи

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Назва	5
1.1. Назва першого підрозділу розділу	5
1.2. Назва другого підрозділу розділу	11
РОЗДІЛ 2. Назва	16
2.1. Назва першого підрозділу розділу 2	16
2.2. Назва другого підрозділу розділу 2	22
2.3. Назва другого підрозділу розділу 2	27
РОЗДІЛ 3. Назва	32
ВИСНОВКИ	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	40
ДОДАТКИ	42

Міністерство освіти і науки України
ДЗ «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»

Навчально-науковий інститут економіки та бізнесу

Кафедра економіки, маркетингу та підприємництва

Курсова робота
з дисципліни: «Підприємництво та бізнес-культура»
на тему:

Здобувач вищої освіти
_____ курсу

(П.І.Б)
Науковий керівник

Старобільськ – 2021

Навчально-методичне видання

Єгор Вячеславович Чеботарьов, к.е.н., доцент

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА БІЗНЕС-КУЛЬТУРА

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до самостійного вивчення дисципліни та підготовки курсової роботи
для здобувачів вищої освіти спеціальності 051 «Економіка»

За редакцією автора

Комп'ютерне макетування – Чеботарьов Є. В.

Формат 60х84 1/16. Папір офсет. Гарнітура Times New Roman
Друк ризографічний. Ум. авт. арк. 1,73.
Наклад 100 прим.

Видавець: ФОП Коваленко Л.О. ІНН 2812402340
вул. Слобожанська, 40, м. Старобільськ, Луганська обл., 92703
