Форма № 09/18
Затверджена рішенням вченої
ради ІДГУ
від 30.08.2018 р., протокол № 1

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІЗМАЇЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ управління, адміністрування та інформаційною діяльністю
КАФЕДРА управління підприємницькою та туристичною діяльністю

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Навчально-методичною радою ІДГУ
Протокол № 4 від 15.01 2019 р.
Голова НМР _____ Н. М. Кольцун

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОСНОВИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

(назва навчальної дисципліни)

освітній ступінь бакалавр
(назва освітнього ступеня)

спеціальність для всіх спеціальностей
(код і назва спеціальності)

тип дисципліни вибіркова
(обов'язкова / вибіркова / факультативна)

Ізмаїл
2018 рік

ПОГОДЖЕНО:
Гарант освітньо-професійної програми

Сорока Л.М.
(підпис, ініціали, прізвище)

РЕКОМЕНДОВАНО:
кафедрою

УПФ

протокол № 1 від
19 серпня

Завідувач кафедри
Сорока Л.М.
(підпис, ініціали, прізвище)

ПОГОДЖЕНО:
Голова науково-методичної ради факультету

Федорова О.В.
(підпис, ініціали, прізвище)

Розробники програми: доц. Сорока Л.М

Рецензенти програми: д.е.н., проф. Захарченко В.І.
д.е.н., проф Меркулов А.В.

© Сорока Л.М., 2018
© ІДГУ, 2018

1. ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна	***Заочна***
Кількість кредитів: 4	*Лекції*:	
	18	
Модулів:1	*Практичні заняття*:	
Загальна кількість годин:120	*30*	
Рік вивчення дисципліни за навчальним планом:2-4	*Лабораторні заняття:*	
Семестр: 3-8	*Семінарські заняття*:	
Тижневе навантаження (год.): - аудиторне: 3 - самостійна робота: 4	*Консультації:*	
	Індивідуальні заняття:	
Форма підсумкового контролю: залік		
Мова навчання: українська	*Самостійна робота:*	
	72	

2. МЕТА ДИСЦИПЛІНИ

Предметом вивчення навчальної дисципліни є засоби і методи бізнес-планування підприємства, механізм складання бізнес-планів на підприємствах різних галузей народного господарства та форм власності.

Метою викладання навчальної дисципліни основи бізнес-планування є: формування у майбутніх фахівців системи спеціальних знань, спрямованих на пізнання методології планування діяльності організацій і складання бізнес-планів.

Передумови для вивчення дисципліни. Предмет «Основи бізнес-планування» базується на знаннях таких дисциплін як «Мікроекономіка», «Вступ до фаху з основами наукових досліджень», «Маркетинг», «Економіка підприємства».

Міждисциплінарні зв'язки: предмет є підґрунтям для вивчення дисциплін «Інвестування», «Економіка і організація інноваційної діяльності підприємств», «Економічна діагностика», «Організація виробництва».

3. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі результати навчання:

Знання про:

- сутність бізнес-плану та їх основні різновиди;
- типову структуру бізнес-плану;
- вимоги до оформлення та стилю написання бізнес-плану;

– основні показники оцінки ефективності бізнес-плану;
– методи оцінювання ризиків при бізнес-плануванні.

Уміння :

– складати як бізнес-план в цілому, так і план маркетингової, виробничої, організаційної та фінансової діяльності як структурні елементи бізнес-плану;
– моделювати грошові потоки від реалізації бізнес-плану;
– оцінювати ефективність та ризики бізнес-плану на основі прогнозних грошових потоків;
– застосовувати сучасні програмні засоби для автоматизації фінансово-економічних розрахунків при бізнес-плануванні.

Комунікація :

– донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності;
– зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються;
– використання державної мови у професійній діяльності;
– практикувати дотримання етичних принципів ведення дискусій та оприлюднення результатів наукової праці.

Автономність та відповідальність:

– прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування;
– ініціювання оригінальних дослідницько-інноваційних комплексних проектів, спрямованих на розв’язання складних соціально значущих проблем, лідерство та автономність під час їх реалізації;
– глибоке усвідомлення та відповідальність за наукове обґрунтування стратегічних рішень, достовірність прогнозування розвитку суспільства;
– безперервний саморозвиток і самовдосконалення;
– здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним.

4. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назви модулів / тем	Кількість годин (денна форма навчання)						Кількість годин (заочна форма навчання)					
		Аудиторні	Лекції	Семінарські (практичні)	Лабораторні	Консультації	Самостійна робота	Аудиторні	Лекції	Семінарські (практичні)	Лабораторні	Консультації	Самостійна робота
1.	Сутність планування в ринковій економіці	2	2	2			3						
2.	Бізнес-план і його роль у розвитку підприємств	4		2			3						
3.	Структура бізнес-плану	4	2	2			3						
4.	Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги	4	2	2			7						
5	План маркетингу	6	2	4			8						
6	План виробництва	6	2	4			10						
7	Організаційний план	6	2	4			10						
8	Фінансовий план та стратегія фінансування	6	2	4			12						
9	Аналіз потенційних ризиків	6	2	4			7						
10	Технологія розробки різних видів бізнес-плану	4	2	2			5						
Проміжний контроль							4						
Разом		48	18	30			72						

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

5.1. Зміст навчальної дисципліни за темами

Змістовний модуль 1. Основи бізнес-планування

Тема 1. Сутність планування в ринковій економіці

Теоретичні і методологічні основи дисципліни; поняття управління та планування, місце планування в системі менеджменту, форми планування і види планів, технологія планування. Об'єктивна необхідність планової діяльності в умовах ринкової економіки. Методологія планування, принципи та методи планування. Аналіз функцій планування ділового розвитку фірми.

Тема 2. Бізнес-план і його роль у розвитку підприємств

Поняття бізнес-плану й бізнес планування та мета створення бізнес-плану. Основні етапи розробки, особливості й обсяги бізнес-планів. Основні види бізнес-планів.

Тема 3 Структура бізнес-плану

Структура типового бізнес-плану та зміст його розділів. Типова структура бізнес-плану: титульний лист, резюме, продукт ринок збуту, конкуренти, стратегія маркетингу, план виробництва, організаційний план, юридичний план, ризики і захист, фінансовий план, стратегія фінансування.

Тема 4. Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги

Характеристика конкурентного середовища і аналіз сильних та слабких сторін (SWOT-аналіз) підприємства, визначення найбільших конкурентів.

Тема 5. План маркетингу

Основні поняття і функції маркетингу. Маркетингові дослідження. Планування рекламної діяльності. Виникнення і розвиток маркетингу. Проблеми маркетингових досліджень. Специфіка маркетингової діяльності підприємств різних видів. Види та засоби реклами.

Тема 6. План виробництва

Виробнича програма на підприємствах та розрахунок потреби в основних виробничих фондах. Процес планування обсягу реалізації продукції та розрахунку потреби в ресурсах на виробничу програму. Розрахунки потреби в персоналі та заробітній платі, також потреби в додаткових інвестиціях. Аналіз кошторису витрат і калькуляція собівартості.

Тема 7. Організаційний план

Обґрунтування вибору юридичної форми організації бізнесу та визначення потреби в персоналі з розподілом по категоріях. Створення організаційної структури управління підприємства.

Тема 8. Фінансовий план

Зміст, завдання та методи фінансового планування. Прогноз звіту про доходи і видатки. Рух грошових коштів внаслідок фінансової діяльності підприємства та прогноз балансу активів та пасивів підприємства.

Зміст, завдання фінансової стратегії підприємства та методи фінансової доцільності проекту.

.

Тема 9. Аналіз потенційних ризиків

Поняття та різновиди інвестиційних ризиків при бізнес-плануванні. Аналітичні методи оцінювання інвестиційних ризиків. Метод аналізу чутливості. Метод визначення точки беззбитковості. Метод корегування параметрів проекту. Метод імітаційного моделювання (формалізованого опису невизначеності).

Тема 10. Технологія розробки різних видів бізнес-плану

Аналіз бізнес-планів: фінансового оздоровлення підприємства, реорганізації підприємства, інноваційного проекту та диверсифікації діяльності підприємства.

5.2. Тематика практичних занять.

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ПЛАНУВАННЯ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Питання для теоретичної підготовки

1. Об'єктивна необхідність планової діяльності в умовах ринкової

економіки.
2. Місце планування в системі менеджменту.
3. Форми планування і види планів.
4. Технологія планування.
5 Організація планування розвитку міста.

Запитання для самоперевірки:

1. Що таке план?
2. Що таке прогнозування?
3. Які переваги планування Ви знаєте?
4. Які функції управління Ви знаєте?
5. Назвіть види планів та планування на підприємстві.
6. Що включає технологія планування?
7. Назвіть особливості планування розвитку міста.

ТЕМА 2. БІЗНЕС-ПЛАН І ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Питання для теоретичної підготовки

1. Поняття бізнес-плану й бізнес планування.
2. Мета створення бізнес-плану.
3. Основні етапи розробки, особливості й обсяги бізнес-планів.
4. Основні види бізнес-планів.

Запитання для самоперевірки:

1. Що таке бізнес-план і бізнес планування?
2. Які основні цілі розробки бізнес-плану?
3. Перелічіть основні етапи розробки бізнес-плану.
4. Які бізнес-плани відносять до коротких?
5. Назвіть особливості повного бізнес-плану.
6. Для чого складають операційні бізнес-плани?

ТЕМА 3. СТРУКТУРА БІЗНЕС-ПЛАНУ

Питання для теоретичної підготовки

1. Структура бізнес-плану.
2. Зміст розділу «Короткий опис можливостей підприємства».
3. Характеристика підприємства.
4. Характеристика продукції (послуг), що виробляється підприємство

Запитання для самоперевірки:

1. Перелічіть основні розділи бізнес-плану.
2. Що відображається в резюме?
3. Зміст розділу «Характеристика підприємства».
4. Що треба описати в розділі «Характеристика продукції»?

ТЕМА 4. ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА Й КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

Питання для теоретичної підготовки

1. Характеристика конкурентного середовища.
2. Аналіз сильних та слабких сторін (SWOT-аналіз).
3. Визначення найбільш конкурентоспроможного товару.

Запитання для самоперевірки:

1. Яка інформація наводиться у розділі «Характеристика конкурентного

середовища»?
2. Що необхідно враховувати при оцінці сильних й слабких сторін підприємства і його конкурентів?
3. Як оцінюється конкурентоспроможність товару?

ТЕМА 5. ПЛАН МАРКЕТИНГУ

Питання для теоретичної підготовки
1. Типи маркетингу. Зміст розділу.
2. Визначення попиту й можливості ринку.
3. Конкуренція й інші зовнішні фактори.
4. Стратегія маркетингу.
5. Стратегія збуту й розподілу.
6. Стратегія ціноутворення.

Запитання для самоперевірки:
1.Які типи маркетингу з погляду стану попиту існують?
2. Які основні проблеми повинні бути розглянуті в плані маркетингу?
3. Які стратегії розвитку підприємства існують?
4. Що входить до стратегії збуту й розподілу?
5. Що визначає стратегія ціноутворення?

ТЕМА 6. ПЛАН ВИРОБНИЦТВА

Питання для теоретичної підготовки
1. Виробнича програма на підприємствах.
2. Розрахунок потреби в основних виробничих фондах.
3. Планування обсягу реалізації продукції.
4. Розрахунок потреби в ресурсах на виробничу програму.
5. Розрахунок потреби в персоналі та заробітній платі.
6. Кошторис витрат і калькуляція собівартості.
7. Потреба в додаткових інвестиціях.

Запитання для самоперевірки:
1. Як розраховується виробнича програма підприємства?
2. Як визначається потреба в основних виробничих фондах?
3. На основі якої інформації здійснюється розрахунок обсягу реалізації?
4. Який алгоритм розрахунку потреби в матеріальних ресурсах та виробничих запасах?
5. Що таке кошторис витрат на випуск продукції?
6. Як визначається потреба в первісних інвестиціях з урахуванням виробничої програми проекту?

ТЕМА 7. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН

Питання для теоретичної підготовки
1. Обґрунтування вибору юридичної форми організації бізнесу.
2. Визначення потреби в персоналі з розподілом по категоріях.
3. Створення організаційної структури управління підприємства.

Запитання для самоперевірки:
1. Яку основну інформацію містить організаційний план?
2. Як розрахувати потребу в персоналі?

ТЕМА 8. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН ТА СТРАТЕГІЯ ФІНАНСУВАННЯ

Питання для теоретичної підготовки
1. Зміст, завдання та методи фінансового планування.

2. Прогноз звіту про доходи і видатки.
3. Рух грошових коштів внаслідок фінансової діяльності підприємства.
4. Прогноз балансу активів та пасивів підприємства.
5. Зміст, завдання фінансової стратегії підприємства.
6. Методи фінансової доцільності проекту
7. Що забезпечує фінансова стратегія?
8. У чому полягає зміст методу «ефект зростання»?
9. Перелічить завдання фінансової стратегії.
10.Що включає в себе розділ бізнес-плану «Стратегія фінансування»?

Запитання для самоперевірки:

1. Що таке "фінансовий план"? Наведіть приклади фінансових планів.
На яких принципах засновується фінансове планування?
2. Які є етапи у складанні фінансового плану?
3. Дайте порівняльну характеристику методам фінансового планування, наведіть приклади їх застосування.
4. Які структура, показники і сфера застосування балансу доходів і видатків.?
5. На яких припущеннях ґрунтуються прогнози щодо очікуваних обсягів продажу?
6. За якими даними розраховують фінансовий план?
7. За яким принципом розглядають джерела фінансування ?
8. Що являє собою грошовий потік від поточної господарської (інвестиційної, фінансової) діяльності ?
9. Що показує чиста поточна приведена вартість (NPV)?
10. На базі яких даних заповнюють агреговану форму прогнозного балансу?
11. З якою метою аналізують коефіцієнти фінансових показників?
12. Які показники ліквідності вам відомі?
13. Про що свідчать коефіцієнти ділової активності?
14. Дайте характеристику коефіцієнту фінансової стійкості.

ТЕМА 9. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІЙНИХ РИЗИКІВ

Питання для теоретичної підготовки

1. Загальне поняття ризику.
2. Види ризиків.
3. Методи нейтралізації ризиків.

Запитання для самоперевірки:

1. Перелічіть основні фактори ризику.
2. Які методи використовують для кількісної оцінки рівня ризику? Як визначається ціна ризику?
3. Які види ризиків і чому необхідно страхувати?
4. Що таке хеджування ?
5. Який показник оцінює рівень інвестиційного ризику?
6. На що вказує коефіцієнт варіації?
7. За допомогою яких засобів можна нейтралізувати чи зменшити негативні наслідки?

ТЕМА 10. ТЕХНОЛОГІЯ РОЗРОБКИ РІЗНИХ ВИДІВ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Питання для теоретичної підготовки

1. Бізнес-план фінансового оздоровлення підприємства.
2. Бізнес-план реорганізації підприємства.
3. Бізнес-план інноваційного проекту.
4. Бізнес-план диверсифікації діяльності підприємства.

Запитання для самоперевірки:

1. Які інструментарії є в системі заходів, що мають на меті виведення підприємства з кризового фінансового стану?
2. Для чого складається бізнес-план санації підприємства?
3. Що необхідно обґрунтувати в бізнес-плані реорганізації підприємства?
4. Яка мета бізнес-плану інноваційного проекту?
5. В якому бізнес-плані необхідно детально визначити виробничу діяльність підприємства?
6. Яку інформацію слід надати в організаційному розділі бізнес-плану з диверсифікації?

5.3. Організація самостійної роботи студентів.

Самостійна робота студента (далі – СРС) як невід'ємна складова освітнього процесу у вищому навчальному закладі є однією з форм оволодіння навчальним матеріалом поза межами аудиторної роботи, в час, вільний від обов'язкових навчальних занять. Кожен вид самостійної роботи фіксується в академічному журналі окремою графою..

Загальний обсяг СРС з дисципліни «Основи бізнес-планування» становить 72 год. для студентів денної форми навчання.

Основні види самостійної роботи, які запропоновані студентам для засвоєння теоретичних знань:

- опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу з використанням конспекту лекцій, підручника, довідкової літератури;
- підготовка до практичних занять;
- пошукова робота за допомогою електронних джерел;
- підготовка студентів до проведення поміжного (модульного) контролю;
- підготовка бізнес-плану за обраною тематикою.

Розподіл годин на виконання СРС

№ з/п	Вид самостійної роботи	Кількість годин
		Денна форма навчання
1.	Опрацювання лекційного матеріалу	5
2.	Підготовка до семінарських занять	30
3.	Підготовка проміжного контролю	4
5.	Робота з інтернет-ресурсами	3
6.	Підготовка бізнес-плану	20

Організація самостійної роботи студентів

№ з/п	Тема	Вид роботи студентів	Кількість годин	Форми звітності	Література
			Денна форма навчання		
1.	1	2	3	4	5
1.	Сутність планування в ринковій економіці	Опрацювання лекційного матеріалу; підготовка до практичного заняття	3	Конспект, усні відповіді	[1, 22, 17, 27, 28, 29]
2.	Бізнес-план і його роль у розвитку підприємств	Опрацювання лекційного матеріалу; підготовка до практичного заняття	3	Конспект, усні відповіді	[3, 4, 5, 7, 11, 14, 26]

3.	Структура бізнес-плану	Опрацювання лекційного матеріалу; підготовка до практичного заняття	3	Конспект, усні відповіді	[2, 8,10, 21]
4	Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги	Написання розділу бізнес-плану	7	Розділ бізнес-плану	[3, 4, 5, 7, 11, 14, 26]
5.	План маркетингу	Написання розділу бізнес-плану	8	Розділ бізнес-плану	[3, 4, 5, 7, 11, 14, 26]
6.	План виробництва	Написання розділу бізнес-плану	10	Розділ бізнес-плану	[3, 4, 5, 7, 11, 14, 26]
7.	Організаційний план	Написання розділу бізнес-плану	10	Розділ бізнес-плану	[3, 4, 5, 7, 11, 14, 26]
8.	Фінансовий план та стратегія фінансування	Написання розділу бізнес-плану	12	Розділ бізнес-плану	[3, 4, 5, 7, 11, 14, 17, 25, 26]
9.	Аналіз потенційних ризиків	Написання розділу бізнес-плану	7	Розділ бізнес-плану	[3, 4, 5, 7, 11, 14, 26]
10.	Технологія розробки різних видів бізнес-плану	Опрацювання інтернет-джерел; підготовка до практичного заняття	5	Конспект, усні відповіді	[3, 4, 5, 7, 11, 14, 26]
8.	Підготовка до МКР		4	МКР	
	Разом:		72		

Завдання для самостійної роботи

Використовуючи рекомендації до написання бізнес-планів скласти:

1. Бізнес - план виробництва металопластикових конструкцій.
2. Бізнес - план виробництва памперсов.
3. Бізнес - план виробництва м'яса птаха й пухо-перового сировини.
4. Бізнес - план створення медичного центра з наданням готельних послуг.
5. Бізнес - план організації виробничого комплексу по випуску мороженого.
6. Бізнес - план виробництва рослинного масла.
7. Бізнес - план відкриття салону краси.
8. Бізнес - план відкриття художньої школи.
9. Бізнес - план організації технічного комплексу по обслуговуванню автомобілів.
10. Бізнес - план відкриття квіткового магазина.
11. Бізнес - план відкриття специфікованого дитячого комплексу.
12. Бізнес - план відкриття магазина дитячого одягу.
13. Бізнес - план відкриття дизайнерського комплексу (дизайн інтер'єрів квартир, домов, присадибних ділянок).
14. Бізнес - план відкриття ветеринарної аптеки.
15. Бізнес - план відкриття фірми по організації вантажоперевезень**.**

Загальні рекомендації щодо розробки бізнес-плану нового та реконструкції діючого підприємства

Мета, завдання і функції бізнес-плану.

Складанню бізнес-плану передує визначення цілей власного бізнесу загалом і бізнес-плану зокрема. При цьому визначаються

- ділові загальні і особисті цілі, що є основою оцінки успішного бізнесу як особистого успіху підприємця.
- Дослідження стану ринку та конкретної ринкової ситуації.
- Внутрішні та зовнішні цілі бізнес-плану.
- Завдання бізнес-плану.

За рахунок чітко визначених кінцевих цілей розробленого бізнес-плану вся справа бізнесу набуває цілеспрямованості, що дозволяє спрямувати енергію та дії підприємств у оптимальне русло. Підготовивши бізнес-план, підприємець отримує інструмент контролю управління, що забезпечує поступове просування підприємства до встановленої мети.

Використання бізнес-плану – перший досвід стратегічного планування. Глибока проробка планів. Постійне уточнення бізнес-плану з метою приведення його у відповідність до умов, що змінюються. Можливість його використання як оцінка фактичних результатів діяльності фірми.

Фінансові прогнози - основа бюджету, при якому фірма намагається працювати.

Положення про типовий бізнес-план, відповідно до Державної програми приватизації.

Отже, бізнес-план – життєво важливий для діяльності кожного підприємства.

Зміст і структура бізнес-плану.

Доцільно вивчити питання і врахувати у своєму бізнес-плані:

Загальна характеристика фірми. Основні види та характер її діяльності: є фірма виробничою, торгівельною чи діє у сфері послуг; що і як вона може запропонувати своїм клієнтам; де вона розташована. Інформація про підприємство, включаючи його назву, юридичний статус і форму власності, короткий аналіз основних показників господарської діяльності.

Виконавче резюме викладення прогресивної виробничо-комерційної ідеї.

Дослідження ринку продукції та послуг. Специфічність продукту (послуги) конкретного підприємства визначають на певному регіональному ринку конкретного виду продукції (послуг) для чітко окресленого контингенту споживачів. Унікальність продукту (послуг). Тривалість життєвого циклу товарів (послуг). Фактори, що діють на макро і мікрорівнях. Дослідження привабливості продукції (послуг), призначеної для випуску і реалізації.

Оцінка ринків збуту. Місткість регіонального ринку продавця і покупця. Напрямки дослідження попиту населення на певну продукцію (послуги).

Аналіз і прогнозування обсягу попиту населення на певну продукцію (послуги) на регіональному ринку в цілому, в тому числі на продукцію (послуги) конкретного підприємства. Методи аналізу і прогнозування конкретних економічних показників. Дослідження причин виникнення незадоволеного попиту. Дослідження і оцінка факторів конкуренції.

План і стратегія маркетингу.

Після позиціювання впроваджених товарів і послуг на регіональному ринку необхідно спланувати комплекс маркетингу. Характеристика комплексу маркетингу. Вирішальна роль прийняття рішення про вибір каналів розповсюдження товарів і послуг. Специфічні рівні збуту і витрат. Як впливає вибір каналів на інші складові комплексу маркетингу.

Цінова політика на споживчому ринку - важлива проблема для всіх підприємств. Стратегії ціноутворення.

Ринок чистої конкуренції, його характерні ознаки. Як встановлюється ціна на такому ринку?

Ринок монополістичної конкуренції. Олігополістичний ринок. На що орієнтуються продавці на такому ринку. Ринок “чистої монополії”.

Яка політика проводиться державою на сучасному ринку України?

Етапи розробки стратегії і визначення мінімальної, максимальної та конкурентоспроможної ціни.

Основні фактори можливості тієї чи іншої стратегії ціноутворення за оцінкою закордонних експертів.

Характеристика найвідоміших стратегій ціноутворення на нові товари.

Мета цього розділу – спланувати вплив і реакцію фірми на ринок за тих чи інших обставин, щоб забезпечити збут товару.

План виробництва продукції.

Структура виробничого плану. Про що інформує ця частина бізнес-плану.

Як документ внутрішнього планування бізнес-план має бути докладним планом виробничої діяльності. Необхідно саме тут розглянути процес виробництва продукції: описати будівлі, обладнання, потреби в сировині та трудових ресурсах, технологічні процеси, а також можливості бізнесу, використання виробничих потужностей та програми контролю якості.

Необхідно розглянути також рівень сервісу, який фірма зможе забезпечити споживачам товару чи послуг.

Форми плану постачання сировини та напівфабрикатів, як вони оформлюються. Розрахунок чисельності працівників виробництва.

Як обирається оптимальний спосіб виробництва продукції. Поєднання факторів виробництва, які забезпечують однаковий обсяг випуску продукції.

Як витрати залежать від обсягу діяльності підприємства і як вони можуть змінюватися за певний проміжок часу.

Постійні витрати. Граничні витрати. Середні та середньо-постійні, середні змінні витрати, середні загальні витрати.

Що розкриває виробнича стратегія підприємства? Заключна частина виробничого плану: фактори, які знаходяться поза межами контролю підприємства, але впливають на характер його діяльності. Засоби правового захисту нової продукції чи послуг (патенти, ліцензії, товарні знаки та інше).

Організаційно-юридичний план.

Основна мета даного розділу - представити інформацію про забезпеченість випуску продукції і розвитку виробництва.

Тому доцільно вивчити питання і врахувати у своєму бізнес-плані:

Організаційна структура виробництва та штатний розклад. Організаційно-правовий статус підприємства і форми власності на засоби виробництва.

Юридично-правові форми спільної діяльності, принципи взаємодії і розвитку підприємства, взаєморозрахунків, розподілу прибутків, переваги даного типу співробітництва. Два підрозділи організаційно-юридичного плану: “Проблеми управління і організації”, “Капітал та юридична форма фірми”, їх характеристики та основні функції.

Фінансовий план.

Цей розділ бізнес-плану має узагальнити матеріали попередніх розділів і представити їх у вартісному вираженні. Документи цього розділу (баланс грошових находжень і витрат, прогноз обсягу продажу, графік досягнення беззбитковості та інші).

Головне завдання балансу грошових доходів і витрат. Оцінка фінансового стану. Показники платоспроможності фірми – корисний інструмент прийняття рішення.

Мета фінансового розділу - сформулювати та представити загальну всебічну та достовірну систему проектів щодо очікування фінансових результатів діяльності фірми.

Фінансовий план - найменш гнучка за формою частина бізнес-плану, кожний документ має бути стандартизованим.

Основні типи ризику в діяльності підприємства, моменти його можливого виникнення. Розрахунок, пов’язаних з цим збитків, заходи мінімізації.

Оцінка діяльності проекту нової діяльності, реконструкції підприємства, змін у виробничому процесі тощо, визначити можливі обсяги виробництва і витрати, пов’язані з цим, та очікувані доходи, необхідність фінансування.

Фактори, які необхідно проаналізувати та оцінити, оцінюючи ризик.

Рівень ризику. Взаємозалежність ризику і дохід. Залежність ризику від часового фактору.

Розподіл значень ймовірності очікування прибутків. Визначення середньоквадратичного відхилення значень очікуваного прибутку.

Заходи страхових організацій і компаній. Страхування рівня цін, стабільності надходжень сировини від постачальників. Обов'язкове страхування майна і медичне страхування. Фонд комерційного ризику.

Бізнес-план завершується діловим розкладом, у якому встановлюється графік основних дій.

Особливості розробки бізнес-плану підприємств різних ринкових структур

Розробка бізнес-плану – це багато аспектний процес, який потребує глибоких наукових і практичних знань не тільки у галузі економіки, але й політології, права, законодавства та інші.

Входження в ринок - знання його кон'єктури, виробничого та комерційного потенціалу конкурентів, призначення волі ринкових відносин.

Тому доцільно вивчити питання і врахувати у своєму бізнес-плані:

1. Закон України про підприємства.
2. Основні партнери, які утворюють ринок товарів.
3. Особливості структури ринку товарів.
4. Право структурного підрозділу на існування визначається величиною внесу, який розраховується по етапам. Характеристика етапів.
5. Джерела формування фінансових ресурсів підприємств.
6. Система регулювання ринку, її функціонування.
7. Податкова система, податкова ставка, її розрахунок.

Методичні рекомендації зі складання бізнес-плану нового чи реконструйованого підприємства.

Підготовка бізнес-плану відбувається на основі стандартних вимог до оформлення. У зв'язку з цим розроблена типова структура бізнес-плану

- титульний лист
- резюме
- продукт ринок збуту
- конкуренти
- стратегія маркетингу
- план виробництва
- організаційний план
- юридичний план
- ризики і захист
- фінансовий план
- стратегія фінансування
- додатка.

Титульний лист.

Звичайно на титульному листі відбиваються наступні дані:

- повна назва фірми;
- зведення про чи власників засновниках;
- коротка характеристика суті пропонованого проекту (наприклад, бізнес-план створення складу нафтопродуктів);
- загальна вартість проекту, потреба в зовнішніх джерелах фінансування і пропоновані його способи (пайові внески, емісія акцій, кредити);
- указівка на конфіденційний характер даного документа, положення якого не підлягають розголосу, оскільки є комерційною таємницею й авторським правом розроблювачів.

1. Резюме.

Бізнес-план починається з кінця, тобто з резюме. Воно повинно готуватися в самому кінці роботи, коли готові всі розділи і ви разом з вашими співробітниками і зовнішніми консультантами досягли повної ясності у всіх аспектах вашого проекту. Робота над резюме дуже важлива, оскільки якщо воно не зробить сприятливого враження на ваших майбутніх інвесторів і партнерів, то далі читати ваш бізнес-план вони не стануть, і вуж тим більше засобів не дадуть.

Обсяг резюме не повинний перевищувати чотирьох машинописних сторінок, а написано воно повинно бути так, ніби ви намагалися пояснити усі величезні переваги вашого проекту першому перехожому. Відмітні риси резюме - це гранична простота і лаконічність викладу, мінімум спеціальних термінів. Максимальна ж увага повинна бути приділена роз'ясненню того, що ви збираєтеся робити, за рахунок чого, чим ваш майбутній продукт буде відрізнятися від продукції конкурентів і чому покупці захочуть придбати саме його.

Остання сторінка резюме повинна бути присвячена основним фінансовим результатам, яких ви очікуєте від свого проекту в майбутньому. Тут ви повинні привести зведення про прогнозні обсяги продажів на найближчі роки, виторг від продажів, витрати на виробництво, валовий прибуток і рівень прибутковості вкладень у вашу справу і, нарешті термін, протягом якого ви зможете гарантовано повернути ті засоби, що ви хочете позичити (якщо ви вирішили удатися до банківського кредиту).

2.Ваш продукт чи вид послуг.

Основна частина бізнес плану починається з розділу, у якому описується той чи продукт та послуга, що ви хочете запропонувати вашим майбутньому покупцям і заради виробництва яких задумується весь проект. Ніхто у світі не дає грошей просто на будівництво заводу хімічних чи волокон відкриття майстерні по ремонті годин. Тут від вас зажадають граничної чіткості і насамперед відповіді на такі питання як:

- А які потреби покликана задовольняти ваш чи продукт послуга?
- Що особливого в ньому і чому споживачі будуть відрізняти його від товарів (послуг) ваших конкурентів?
- Якими чи патентами авторськими посвідченнями захищені особливості вашого чи продукту технології?

Дуже важливий і часто забуваємий нашими діловими людьми момент - наочне зображення вашого чи товару виробів, отриманих за допомогою вашої технології. Дуже важко буває одержати гроші під ідею, що не привела до появи хоча б одного зразка нового товару. Інвесторам краще один раз побачити, чим сто разів почути, а тому для успіху бізнес-плану в нього обов'язково треба включити чи фотографію дуже гарний малюнок вашого товару, що дозволяє скласти про нього досить чітке представлення.

У цьому ж розділі бізнес-плану повинна міститися оцінка тієї ціни, по якій можна буде продавати ваш товар, і тих витрат, яких зажадає його виробництво. Звідси ж і буде випливати зразкова величина прибутку, яку буде приносити кожна одиниця товару.

Дуже важливо чітко охарактеризувати основні якості вашого товару, переваги його дизайну і навіть особливості упакування, у якій він буде продаватися.

У цьому ж розділі описується й організація сервісу вашого товару - якщо цей технічний виріб.

3. Оцінка ринку збуту.

Це, мабуть, найважливіша частина бізнес-плану, і на її підготовку не можна шкодувати ні засобів, ні сил, ні часу. Досвід показує, що невдача більшості провалених проектів була зв'язана саме зі слабким вивченням ринку і переоцінкою його ємності. Тому, готуючи 5-6 сторінок тексту, у які повинні уміститися цей розділ, ви повинні попередньо зібрати великий обсяг інформації. Нагадаємо, що типовий процес досліджень ринку припускає 4 етапи:

- визначення типу даних, що вам потрібні;
- пошук цих даних;

- аналіз цих даних;
- реалізація заходів, що дозволяють використовувати ці дані на користь вашому підприємству.

Найперші зведення, що вам будуть потрібні - хто буде купувати у вас товари, де ваша ніша на ринку. Немає нічого помилкового, чим думати, що достоїнства вашого товару настільки очевидні, що його захочуть купити всі жителі визначеного чи регіону всі підприємства тієї чи іншої галузі. Тому треба приступати до серйозного вивчення і прогнозування ринку, а виходить, шукати відповіді на питання про тім, хто, чому, скільки і коли буде готів купити вашу продукцію завтра, післязавтра і взагалі протягом найближчих двох років. А вуж якщо ви зумієте приблизно визначити ту ціну, по якій покупці будуть згідно стійко купувати вашу продукцію, не звертаючи уваги на пропозиції конкурентів, то можна сказати, що ви виконали свою програму-максимум в області дослідження ринку.

4.Конкуренція.

У цьому розділі ви повинні повідомити вашим потенційним партнерам і інвесторам усе, що ви знаєте про конкуренцію на тім ринку, куди повинна надійти ваша продукція. Конкретно ви повинні відповісти на наступні питання:

- Хто є найбільшими виробниками аналогічних товарів?
- Як їхні справи : з обсягами продажів, з доходами, із упровадженням нових моделей, з технічним сервісом (якщо мова йде про машини й устаткування).
- Чи Багато уваги і засобів вони приділяють рекламі своїх виробів?
- Що собою представляє їхня продукція: основні характеристики, рівень якості, дизайн, думки покупців?
- Який рівень цін на аналогічні товари, яка політика ціноутворення?

Відповідаючи на ці питання, ви повинні реально оцінювати ваших конкурентів, указуючи як досягнення, так і пробіли в їхнє стратегії, що відкривають для вас реальний шанс домогтися успіху. Ну, а якщо, ви не бачите в рядах конкурентів ні якої щілинки, через яку можна було б увірватися на ринок, то вам краще пошукати інше поле для додатка капіталів і своєї енергії. І якщо ви не бачите надійних шляхів до успішної сутички з конкурентами ще на стадії планування, те швидше за усе ви не знайдете їх і потім, коли текучка справ не залишить вам часу на "мозкові атаки".

5.Стратегія маркетингу.

У цьому розділі вам має бути пояснити потенційним партнерам і інвесторам основні елементи свого плану маркетингу. До основних елементів плану маркетингу відносяться:

- Схема поширення товарів.
- Ціноутворення.
- Реклама.
- Методи стимулювання продажів.
- Організація після продажного обслуговування клієнтів (для технічних товарів).
- Формування суспільної думки про вашу фірму і товари.

На 3-4 сторінках вам необхідно викласти основне: як ви будете продавати свій товар - через власні фірмові чи магазини через оптові торгові організації; як ви будете визначати ціни на свої товари і який рівень рентабельності на свої вкладені кошти сподіваєтеся мати; як будете організовувати рекламу і скільки засобів плануєте на це виділити; як будете домагатися постійного росту обсягів продажів - за рахунок розширення району чи збуту за рахунок пошуку нових методів залучення покупців; як будете організовувати службу сервісу і скільки на це буде потрібно засобів; як будете домагатися гарної репутації своїх товарів і самої фірми в очах громадськості (те, що називається "паблік рилейшенз").

6.План виробництва.

Цей розділ бізнес-плану, готується тільки тими підприємцями, що займаються виробництвом. Головна задача тут - довести вашим потенційним партнерам, що ви могтимете реально робити потрібну кількість товарів у потрібний термін і з необхідною якістю.

Основними питаннями, на які потрібно відповісти будуть:

- Де будуть виготовлятися товари - на діючому чи знову створюваному підприємстві?
- Які для цього будуть потрібні виробничі потужності, і як вони будуть зростати рік від року?
- Де й у кого, на яких умовах будуть закуповуватися сировина, матеріали і комплектуючі? Яка репутація цих постачальників і є чи вже досвід роботи з ними?
- чи Передбачається виробнича кооперація і з ким?
- чи Можливо яке-небудь лімітування обсягів чи виробництва постачань ресурсів?
- Яке устаткування буде потрібно і де намічається його придбати? Чи можливі при цьому проблеми і якого роду?

Дані цього розділу бажано приводити в перспективі на 2-3 року вперед, а для великих підприємств - і на 4-5 років.

Дуже корисним елементом тут може стати схема виробничих потоків на вашому підприємстві. На цій схемі повинне бути наочно показано, відкіля і як до вас будуть надходити усі види сировини і комплектуючих виробів, у яких цехах і як вони будуть перероблятися в продукцію, як і куди ця продукція буде поставлятися з вашого підприємства.

На цій схемі обов'язково повинне знайтися місце і для процесів контролю якості. А в тексті ви повинні будете повідомити, на яких стадіях і яких методах буде проводитися контроль якості, і якими стандартами при цьому ви будете керуватися.

Завершувати даний розділ бізнес-плану повинен оцінка можливих витрат виробництва і її динаміків на перспективу. При цьому важливо не забути про витрати зв'язаних з утилізацією відходів і охороною навколишнього середовища.

7.Організаційний план.

Мова в цьому розділі бізнес-плану йде про тім, з ким ви збираєтеся організовувати свою справу, і як ви плануєте налагодити їхню роботу. При цьому відправною крапкою повинні бути кваліфікаційні вимоги, тобто ви повинні вказати: які саме фахівці (якого профілю, з яким утворенням, яким досвідом), і з якою заробітною платою вам знадобляться для успішного ведення справ? Відповідно ви повинні будете вказати, як ви збираєтеся роздобути цих фахівців: на постійну роботу або як сумісників. Є чи можливість скористатися послугами якої-небудь організації по найманню такого роду професіоналів?

Тут же ви повинні привести організаційну схему вашого підприємства, з якої повинно бути чітко видно: хто і чим буде займатися, як усі служби будуть один з одним взаємодіяти і як їхня діяльність намічається координувати і контролювати.

8.Юридичний план.

У цьому розділі необхідно вказати ту організаційно-правову форму підприємства, у якій намічається вести справи. Практично мова йде про форму власності і правовий статус організації: частка володіння, кооператив, державна власність, СП, ТОВ, АТ і т.д.

Кожна з цих форм має свої плюси і мінуси, що можуть уплинути на успіх вашого проекту, і тому цікаві для ваших партнерів і інвесторів. Конкретне виконання цього розділу залежить від обраної вами форми організації. Одна справа - якщо ви державне підприємство і вам треба роз'яснити систему вашої підпорядкованості і границі начальницького втручання в господарську діяльність. І інше - якщо ви збираєтеся створювати акціонерне товариство і вам необхідно пояснити майбутній розподіл акціонерного капіталу між можливими акціонерами.

Незалежно від обраної вами організаційно-правової форми власності, потрібно вказати які установчі документи необхідні. І яка процедура реєстрації в місцевих органах влади.

9.Ризики і захист.

У цьому розділі головне - це уміння авторів бізнес-плану заздалегідь угадати всі типи ризиків, з якими вони можуть зштовхнутися, джерела цих ризиків і момент їхнього виникнення. А потім уміння розробити заходу для скорочення цих ризиків і мінімізації втрат, що вони можуть викликати.

Асортимент ризиків, на жаль, дуже широкий: від пожеж і землетрусів до страйків і міжнаціональних конфліктів, змін валютних курсів і в податковому регулюванні. Імовірність кожного типу ризику різна, так само, як і сума збитків, що вони можуть викликати. Від вас потрібно хоча б орієнтовно оцінити те, які ризики для вас найбільш ймовірні, і в що вони можуть обійтися. Потім необхідно вказати організаційні міри профілактики ризиків, а потім програму страхування від ризиків.

10.Фінансовий план.

Цей розділ бізнес-плану покликаний узагальнити матеріали попередніх частин і представити їхньому вартісному вираженні. Тут необхідно підготувати відразу кілька документів:

- прогноз обсягів реалізації;
- баланс грошових витрат і доходів;
- таблицю доходів і витрат;
- зведений баланс активів і пасивів підприємства;
- графік досягнення беззбитковості.

Прогноз обсягів реалізації покликаний дати представлення про ту частку ринку, що ви припускаєте завоювати своєю продукцією. Звичайно прийнято складати такий прогноз на три роки вперед, причому для першого року дані приводяться щомісячно, для другого року - поквартально, а третій рік приводиться загальною сумою продажів за 12 місяців.

Баланс грошових витрат і надходжень - це документ, що дозволяє оцінити, скільки грошей потрібно вкласти в проект, причому в розбивці за часом, тобто до початку реалізації і вже по ходу справи. Головна задача балансу грошових витрат - перевірити синхронність надходження і витрати коштів , а значить перевірити майбутню ліквідність вашого підприємства при реалізації даного проекту. А звідси випливає украй важлива інформація для визначення загальної вартості всього проекту. А також для визначення необхідності уливання додаткових засобів з боку. Для першого року здійснення проекту дані приводяться щомісячно, для другого поквартально, для третього в цілому за рік.

Таблиця доходів і витрат - це документ із досить простою структурою. Показники, що включаються в його, це:

- Доходи від продажів товарів.
- Витрати виробництва товарів.
- Сумарний прибуток від продажів (рядок 1 мінус рядок 2).
- Загальновиробничі витрати (по видах).
- Чистий прибуток (рядок 3 мінус рядок 4).

Задача цього документа - показати, як буде змінюватися ваш прибуток (для першого року щомісячно, для другого - поквартально, для третього - за рік).

Зведений баланс активів і пасивів підприємства рекомендується складати на початок і кінець першого року реалізації вашого проекту. Фахівці банків дуже ретельно вивчають цей розділ щоб оцінити які суми намічається вкласти в активи різних типів (земля, будинки і спорудження, устаткування, товарно-матеріальні запаси й ін.) і за рахунок яких пасивів (кредити, акціонерний капітал, нерозподілений прибуток і ін.) підприємець збирається фінансувати створення і придбання цих активів.

Баланс (тис. грн.)

Найменування статті	на початок року	на кінець року
Будинки і спорудження		

Товарно-матеріальні запаси		
Сумарний актив		
Короткострокові кредити		
Довгострокові позики		
Сумарний пасив		

Графік досягнення беззбитковості - це схема показує вплив на прибуток обсягів виробництва, продажної ціни і собівартості продукції в розбивці на умовно-постійні й умовно-перемінні витрати.

За допомогою цього графіка можна знайти крапку беззбитковості, тобто той обсяг виробництва, при якому крива, що показує зміну виторгу від реалізації (при заданому рівні цін), перетнеться з кривої, що показує зміну собівартості продукції. Бажано якщо ви приведете кілька варіантів такого графіка, що відповідають різним рівням цін на вашу продукцію, і поясните, який ви вважаєте найбільш реалістичним.

11. Стратегія фінансування.

У цьому розділі необхідно викласти ваш план одержання засобів для чи створення реконструкції вашого підприємства. Перше питання - скільки усього потрібно засобів для реалізації вашого проекту. Другий - відкіля намічається одержати ці гроші, у якій формі? І третє питання - коли можна екати повного повернення вкладених коштів і одержання інвесторами доходу на них?

6. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

6. 1. Форми поточного контролю: семінарські заняття, самостійні завдання
6.2. Форми проміжного контролю: модульна контрольна робота
6.3. Форми підсумкового контролю: залік

7. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Контрольні питання

1. Мета, завдання і функції бізнес-плану.
2. Зміст бізнес-плану.
3. Структура бізнес-плану.
4. Виконавче резюме викладення прогресивної виробничо-комерційної ідеї.
5. Дослідження ринку продукції та послуг.
6. Специфічність продукту (послуги) конкретного підприємства.
7. Оцінка ринків збуту.
8. Місткість регіонального ринку продавця і покупця.
9. Напрямки дослідження попиту населення на певну продукцію (послуги).
10. Аналіз і прогнозування обсягу попиту населення на певну продукцію (послуги) на регіональному ринку в цілому, в тому числі на продукцію (послуги) конкретного підприємства.
11. Методи аналізу і прогнозування конкретних економічних показників. Дослідження причин виникнення незадоволеного попиту.
12. Дослідження і оцінка факторів конкуренції.
13. План і стратегія маркетингу.
14. Цінова політика на споживчому ринку - важлива проблема для всіх підприємств.
15. Цінова політика. Стратегії ціноутворення.

8. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

8.1. Шкала та критерії оцінювання знань студентів.

Результати навчання з освітніх компонентів оцінюються за 100-бальною шкалою (від 1 до 100) з переведенням в оцінку за традиційною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно» – для семестрових екзаменів, курсових робіт (проектів) і виробничих практик; «зараховано», «не зараховано» – для заліків і навчальних практик). Шкала переведення балів подана в таблиці 1.

Таблиця 1.

Переведення підсумкового балу за 100-бальною шкалою оцінювання в підсумкову оцінку за традиційною шкалою

Підсумковий бал	**Оцінка за традиційною шкалою**
	залік
90-100	зараховано
89-70	
51-69	
26-50	не зараховано
1-25	

Підсумковий бал з навчальної дисципліни є сумою балів, одержаних за поточний та проміжний контроль.

Для визначення ступеня оволодіння навчальним матеріалом з подальшим його оцінюванням рекомендується застосовувати наступні рівні навчальних досягнень студентів (табл. 2):

Таблиця 2.

Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів

Рівні навчальних досягнень	**100-бальна шкала**	**Критерії оцінювання навчальних досягнень**	
		Теоретична підготовка	**Практична підготовка**
		Студент	
Відмінний	**100…90**	вільно володіє навчальним матеріалом, висловлює свої думки, робить аргументовані висновки, рецензує відповіді інших студентів, творчо виконує індивідуальні та колективні завдання; самостійно знаходить додаткову інформацію та використовує її для реалізації поставлених перед ним завдань; вільно використовує нові інформаційні технології для поповнення власних знань	може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання й оцінити результати власної практичної діяльності; виконує завдання, не перед-бачені навчальною програмою; вільно використовує знання для розв’язання поставлених перед ним завдань
Достатній	**89….70**	вільно володіє навчальним матеріалом, застосовує знання на практиці; узагальнює і систематизує навчальну інформацію, але допускає незначні огріхи у порівняннях, формулюванні висновків, застосуванні теоретичних знань на практиці	за зразком самостійно виконує практичні завдання, передбачені програмою; має стійкі навички виконання завдання

Рівні навчальних досягнень	100-бальна шкала	Критерії оцінювання навчальних досягнень	
		Теоретична підготовка	Практична підготовка
		Студент	
Задовільний	**69…51**	володіє навчальним матеріалом поверхово, фрагментарно, на рівні запам'ятовування відтворює певну частину навчального матеріалу з елементами логічних зв'язків, знає основні поняття навчального мате-ріалу	має елементарні, нестійкі навички виконання завдань
Незадовільний	**50…26**	має фрагментарні знання (менше половини) при незначному загальному обсязі навчального матеріалу; відсутні сформовані уміння та навички; під час відповіді допущено суттєві помилки	планує та виконує частину завдання за допомогою викладача
Неприйнятний	**25…1**	студент не володіє навчальним матеріалом	виконує лише елементи завдання, потребує постійної допомоги викладача

8.2. Критерії оцінювання під час аудиторних занять.

Досягнення студентів на практичних заняттях, а також виконані ними індивідуальної та самостійної роботи оцінюються за шкалою від «0» до «5». Критерії оцінювання наводяться у таблиці 3.

Таблиця 3.

Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів на семінарських заняттях

Оцінка	Критерії оцінювання навчальних досягнень
5 балів	Оцінюється робота студента, який у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно й аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією, розв'язує задачі стандартним або оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки.
4 бали	Оцінюється робота студента, який достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, розв'язує задачі стандартним способом, послуговується науковою термінологією. Але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.
3 бали	Оцінюється робота студента, який відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, записує основні формули,

	рівняння, закони. Однак не здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.
2 бали	Оцінюється робота студента, який достатньо не володіє навчальним матеріалом, однак фрагментарно, поверхово (без аргументації й обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань.
1 бал	Оцінюється робота студента, який не в змозі викласти зміст більшості питань теми та курсу, володіє навчальним матеріалом на рівні розпізнавання явищ, допускає істотні помилки, відповідає на запитання, що потребують однослівної відповіді.
0 балів	Оцінюється робота студента, який не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його висвітлити, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

Після завершення вивчення дисципліни викладач виводить середньозважений бал, що переводиться у 100-бальну шкалу (див. таблицю 4.) з відповідним ваговим коефіцієнтом.

Таблиця 4.

Таблиця переведення середньозваженого балу за 100-бальною шкалою

100-бальна	***сер. бал***	***100-бальна***	***сер. бал***	***100-бальна***	***сер. бал***	***100-бальна***	***сер. бал***	***100-бальна***	***сер. бал***
100	4,97–5,00	**80**	4,10–4,14	**60**	3,10–3,14	**40**	2,25–2,29	**20**	1,15–1,20
99	4,94-4,96	**79**	4,05–4,09	**59**	3,05–3,09	**39**	2,20–2,24	**19**	1,09–1,14
98	4,91–4,93	**78**	4,00–4,04	**58**	3,00–3,04	**38**	2,15–2,19	**18**	1,03–1,08
97	4,87–4,90	**77**	3,95–3,99	**57**	2,96–2,99	**37**	2,10–2,14	**17**	0,97–1,02
96	4,84–4,86	**76**	3,90–3,94	**56**	2,93–2,95	**36**	2,05–2,09	**16**	0,91–0,96
95	4,80–4,83	**75**	3,85–3,89	**55**	2,90–2,92	**35**	2,00–2,04	**15**	0,85–0,90
94	4,76–4,79	**74**	3,80–3,84	**54**	2,87–2,89	**34**	1,95–1,99	**14**	0,79–0,84
93	4,72–4,75	**73**	3,75–3,79	**53**	2,84–2,86	**33**	1,90–1,94	**13**	0,73–0,78
92	4,68–4,71	**72**	3,70–3,74	**52**	2,81–2,83	**32**	1,85–1,89	**12**	0,67–0,72
91	4,64–4,67	**71**	3,65-3,70	**51**	2,78–2,80	**31**	1,80–1,84	**11**	0,61–0,66
90	4,60–4,63	**70**	3,60–3,64	**50**	2,75–2,77	**30**	1,75–1,79	**10**	0,55–0,60
89	4,55–4,59	**69**	3,55–3,59	**49**	2,70–2,74	**29**	1,69–1,74	**9**	0,49–0,54
88	4,50–4,54	**68**	3,50–3,54	**48**	2,65–2,69	**28**	1,63–1,68	**8**	0,43–0,48
87	4,45–4,49	**67**	3,45–3,49	**47**	2,60–2,64	**27**	1,57–1,62	**7**	0,37–0,42
86	4,40–4,44	**66**	3,40–3,44	**46**	2,55–2,59	**26**	1,51–1,56	**6**	0,31–0,36
85	4,35–4,39	**65**	3,35–3,39	**45**	2,50–2,54	**25**	1,45–1,50	**5**	0,25–0,30
84	4,30–4,34	**64**	3,30–3,34	**44**	2,45–2,49	**24**	1,39–1,44	**4**	0,19–0,24
83	4,25–4,29	**63**	3,25–3,29	**43**	2,40–2,44	**23**	1,33–1,38	**3**	0,13–0,18
82	4,20–4,24	**62**	3,20–3,24	**42**	2,35–2,39	**22**	1,27–1,32	**2**	0,07–0,12
81	4,15–4,19	**61**	3,15–3,19	**41**	2,30–2,34	**21**	1,21–1,26	**1**	0,01–0,06

Підрахунки середньозваженого балу здійснюють з точністю до другого знака після коми. За таблицею 4 визначають кількість балів за 100-бальною шкалою, яку множать на ваговий коефіцієнт – 0,7 і отримують кількість балів за поточний контроль. Кількість балів за поточний контроль округлюють до цілих.

8.3. Критерії оцінювання модульної контрольної роботи.

Оцінювання проміжного контролю здійснюється за шкалою від «0» до «30» – для дисциплін, викладання яких завершується заліком.

Загальна оцінка за модульну контрольну роботу є середнім арифметичним оцінок за кожне питання/завдання, яка переводиться за 100 бальною шкалою (табл. 4.) та множиться на коефіцієнт 0,3.
Результати проміжного контролю фіксуються у відповідній графі академічного журналу.

8.4. Критерії оцінювання під час підсумкового контролю.

Залік – це форма підсумкового контролю, що полягає в оцінюванні рівня опанування студентами навчального матеріалу виключно на підставі результатів виконання ними певних видів робіт, зазначених у робочій програмі навчальної дисципліни.

Оцінка за семестр з дисципліни, з якої передбачений залік, виставляється після закінчення її вивчення (до початку екзаменаційної сесії) за результатами поточного (ваговий коефіцієнт – 0,7) та проміжного (ваговий коефіцієнт – 0,3) контролю. При цьому обов'язкової присутності здобувачів вищої освіти під час заліку не передбачено.

Залік отримує здобувач вищої освіти, який виконав всі види роботи, визначені в робочій програмі навчальної дисципліни й має достатню кількість балів за поточний контроль (не менше 35 балів) та проміжний контроль (не менше 16 балів).

9. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні:

1. Барроу Колін, Барроу Пол, Браун Роберт. Бізнес- план: Практ. посіб.: Пер. з англ. – 3-е вид. – К.: Знання, 2002. – 285 с.
2. Клименюк Н.Н., Голованенко Н.В. Как разработать бизнес-план: Учебн. пособие. – К.: Просвит. 1999. – 192 с.
3. Козловський В.О. Бізнес-планування: навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / В.О. Козловський, О.Й. Лесько; Вінницький національний технічний ун-т. – Вінниця : Універсум-Вінниця, 2008. – 241 с.
4. Кривонос А.О. Бізнес-планування на підприємстві: Навч. посіб. / Міжрегіональна академія управління персоналом. – К.: МАУП, 2005. – 160 с.
5. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Маркітан О.С. Бізнес-планування фірми: Навч. посіб. – К.: Знання, 2006. – 423 с.
6. Наливайченко С.П. Бізнес-планування у туріндустрії: навч. посіб. для студ. екон. напрямів підготов. / Наливайченко С.П., Реутов В.Є., Цьохла С.Ю.; Крим. екон. ін-т ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана". – Сімф.; Саки: Підприємство Фєнікс, 2011. – 190 с.
7. Покропивний С.Ф., Соболь С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес- план: технологія розробки та обгрунтування: Навч. посібник / Київський національний економічний ун-т. – 2.вид., доп. – К.: КНЕУ, 2002. – 379 с.
8. Ясинський В.В., Гайдей О.О. Бізнес-планування: теорія і практика: Навч. посіб. – К.: Каравела, 2004. – 232 с.

Додаткові:

9. Базилевич В.Д., Базилевич К.С. Страхова справа. – К.: Знання, 2005. – 351 с.
10. Акулов М. Г. Робоча книга з бізнес-планування: (методичні рекомендації з написання і розробки бізнес-плану). – Умань: ТОВ "Аналітик", 2003. – 56 с.
11. Барнич Ю.О. Бізнес-план виробничої підприємницької діяльності: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів. – К.: ВАТ "УкрНДІСВД", 2002. – 120 с.
12. Бізнес-планування: навчально-методичний комплекс для студентів економічних спеціальностей / упорядники М.В. Голованенко, О.В. Богуславський. – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2011. – 39 с.
13. Бізнес-планування: Метод. вказівки та завдання контр. роботи для студ. ф- ту заоч. освіти спец. "Облік і аудит", "Економіка підприємства" / Укоопспілка. Львівська комерційна

академія / Я.Д. Качмарик (уклад.), Т.Г. Васильців (уклад.). – Л. : Видавництво Львівської комерційної академії, 2006. – 36 с.

14. Грабар І.Г., Титаренко В.Є. Система технологій і основи бізнес-планування: Навч. посіб. / Житомирський інженерно-технологічний ін-т. – Житомир: ЖІТІ, 2002. – 128 с.

15. Джеффри Мур, Ларри Уэддерфорд и др. Экономическое моделирование в Microsoft Excel. Пер. с англ. - М.: «Вильямс», 2004. - 1024 с.

16. Стецюк П.А. Бізнес-план в управлінні фінансами сільськогосподарських підприємств. – К.: ННЦ "Інститут аграрної економіки", 2007. – 110 с.

17. Колесніков Г.О. Теоретичні основи складання фінансового плану в процесі бізнес-планування: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Колесніков Г.О.; Укр. акад. наук, Волин. ін-т економіки та менедж. – Луцьк : ВІЕМ, 2010. – 140 с.

18. Кроль Ю.Я. Економічний механізм процесу інвестиційного бізнес-планування (методологія та практика). – Х.: Основа, 2002. – 176 с.

19. Лавров Є.А., Пасько Н.Б., Смоляров Г.А., Курило А.О., Виганяйло С.М. Інформаційні технології бізнес-планування: навч. посібник. – Суми : Довкілля, 2007. – 97 с.

20. Любунь О.С., Денисенко М.П. Бізнес-планування у банку: Навч. посіб. – К. : Атіка, 2006. – 288 с.

21. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обгрунтування та аналіз: Навч. посіб. для студ. ВНЗ – Житомир : ЖДТУ, 2006. – 419 с.

22. Подік С.М. Бізнес-план як універсальна форма корпоративного планування в банку: навч. посіб. / С.М. Подік, А.С. Подік. – 2-ге вид., допов. – К.: ФАДА, ЛТД, 2010. – 267 с.

23. Покропивний С.Ф., Соболь С.М., Швиданенко Г.О., Шапринська Л.М. Бізнес-план: технологія розробки та обгрунтування: Навч.-метод. посібник для самост. вивчення дисципліни / Київський національний економічний ун-т – К.: КНЕУ, 2001. – 160 с.

24. Прищепа Н.П. Бізнес-планування: навч.-метод. посібник / Н.П. Прищепа ; Луганський національний педагогічний ун-т ім. Тараса Шевченка. – Луганськ: Алма-матер, 2007. – 128 с.

25. Сердюк Т.В. Бізнес-план інвестиційного проекту: Навч. посіб. для студ. екон. спец./ Вінницький держ. технічний ун-т. – Вінниця: ВДТУ, 2002. – 135 с.

26. Тєлєтов О.С. Бізнес-план: Навч. посібник / Сумський держ. ун-т. – Суми: Видавництво СумДУ, 2005. – 104 с.

27. Функціональне моделювання процесів бізнес-планування і проектів: навч. посіб. / В.Т. Голубятніков [та ін.]; заг. ред. В.Т. Голубятніков; Львівський регіональний ін-т держ. управління Національної академії держ. управління при Президентові України. – Л.: ЛРІДУ НАДУ, 2009. – 264 с.

Інтернет-ресурси:

28. Методичні матеріали для вивчення дисципліни "Бізнес-планування" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.epef.in.ua.

29. Методичні матеріали по програмі COMFAR III [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://www.unido.org/fileadmin/user_media/Services/Investment_and_Technology_Promotion/COMFAR/brochure_english.pdf