

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Кафедра економічної та соціальної географії

ЗАТВЕРДЖЕНО

Проректор з навчальної роботи,
проф. Гаврилюк С. В. _____

_____ 2015 р.

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

РОБОЧА ПРОГРАМА
нормативної навчальної дисципліни

підготовки _____ магістр _____

галузі знань _____ 0401 Природничі науки _____

напряму _____ 0401 Географія _____

спеціальності 8.04010402 Економічна та соціальна географія

Робоча програма навчальної дисципліни „Бізнес-планування” для студентів за напрямом підготовки 0401 Географія, освітнього ступеня магістр, спеціальності „Економічна та соціальна географія”.

” _____ ” _____, 2015 р. – 17 с.

Розробники: к. г. н., доц. кафедри економічної та соціальної географії Потапова А. Г.

Робоча програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри економічної та соціальної географії

протокол № 1 від 7 вересня 2015 р.

Завідувач кафедри: _____ (Барський Ю. М.) _____

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною комісією географічного факультету

протокол № 1 від 9 вересня 2015 р.

Голова науково-методичної комісії факультету _____ (Поручинський В. І.)

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною радою університету

протокол № ____ від ____ _____ 2015 р.

© Потапова А. Г., 2015
(Прізвище, ініціали)

Вступ

Робоча програма навчальної дисципліни “Бізнес-планування”, складена відповідно до освітньо-професійної програми ступеня магістр галузі знань 0401 Природничі науки, спеціальності “Економічна та соціальна географія”.

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

Міждисциплінарні зв'язки: передбачає знання таких навчальних курсів, як "Менеджмент", "Маркетинг", "Географія праці", "Управління розвитком регіону" та ін.

Робоча програма навчальної дисципліни складається з таких **змістових модулів:**

1. Теоретичні засади бізнес-планування.
2. Розробка і впровадження бізнес-плану.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів – 6	Галузь знань <u>0401 Природничі науки</u>	нормативна
	Напрямок підготовки <u>0401 Географія</u>	
Модулів – 3	Спеціальність <u>8.04010402</u> Економічна та <u>соціальна географія</u>	Рік підготовки – 5
Змістових модулів – 2		Семестр – 10
ІНДЗ: є		Лекції – 30 год.
Загальна кількість годин – 180		Практичні (семінари) – 30 год.
Тижневих годин (для денної форми навчання): аудиторних – 2 самостійної роботи – 6 консультації – 1	Освітній ступінь – <u>магістр</u>	Лабораторні – 0 год.
		Самостійна робота – 108 год.
		Консультації – 12 год.
		Форма контролю: <u>екзамен</u>

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни “Бізнес-планування” є набуття студентами теоретичних знань з бізнес-планування і практичних навичок складання бізнес планів.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни “Бізнес-планування” є:

- формування навичок комплексного підходу до організації власного бізнесу;
- необхідність і доцільність використання бізнес-планів для сучасного здійснення власного бізнесу;
- ознайомлення студентів з механізмом розробки бізнес-планів;
- формування у студентів творчого підходу до розробки окремих складових бізнес-плану.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні **знати:**

- володіти сучасними знаннями та виконувати розробки бізнес-плану виробничої діяльності промислового підприємства;

- володти методологічною основою планування та прогнозування.

вміти:

- оптимізувати бізнес-план на підприємстві;
- системно аналізувати діяльність підприємства;
- оцінювати результати господарської діяльності підприємства;
- знати потрібні формули;
- користуватись довідковою літературою;
- розраховувати показники бізнес-плану й оформляти проекти його розділів.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 180 години / 6 кредитів ECTS.

3. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БІЗНЕС-ПАНУВАННЯ

Тема 1. Сутність планування в ринковій економіці

Об'єктивна необхідність планової діяльності в умовах ринкової економіки. Місце планування в системі менеджменту. Форми планування і види планів. Технологія планування. Організація планування розвитку міста.

Тема 2. Підприємницька (комерційна) ідея

Методи пошуку підприємницьких (комерційних) ідей. Методи індивідуального творчого пошуку. Методи колективного пошуку. Методи активізації пошуку.

Тема 3. Методологічні основи планової діяльності

Методологія планування. Принципи планування. Методи планування. Функції планування ділового розвитку фірми.

Тема 4. Організаційно-правові форми господарювання

Приватні підприємства. Підприємства об'єднання громадян. Комунальні підприємства. Державні (комерційні та казенні) підприємства. Виробничі кооперативи. Публічні акціонерні товариства. Підприємець-фізична особа.

Тема 5. Статут підприємства

Загальні положення. Мета і предмет діяльності підприємства. Юридичний статус підприємства. Майно підприємства. Права і обов'язки підприємства. Управління підприємством і самоврядування трудового колективу. Господарська діяльність та соціальний розвиток підприємства. Облік та звітність підприємства. Припинення діяльності підприємства.

Тема 6. Бізнес-план і його роль у розвитку підприємств

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

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. РОЗРОБА І ВПРОВАДЖЕННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Тема 1. Структура бізнес-плану

Структура бізнес-плану. Зміст розділу «Короткий опис можливостей підприємства». Характеристика підприємства. Характеристика продукції (послуг), що виробляється підприємством.

Тема 2. Характеристика конкурентного середовища й конкурентні переваги

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

Тема 3. План маркетингу

Типи маркетингу. Зміст розділу. Визначення попиту й можливості ринку. Конкуренція й інші зовнішні фактори. Стратегія маркетингу. Стратегія збуту й розподілу. Стратегія ціноутворення.

Тема 4. План виробництва

Виробнича програма в підприємствах ЖКГ. Розрахунок потреби в основних виробничих фондах. Планування обсягу реалізації продукції. Розрахунок потреби в ресурсах на виробничу програму. Розрахунок потреби в персоналі та заробітній платі. Кошторис витрат і калькуляція собівартості. Потреба в додаткових інвестиціях.

Тема 5. Організаційний план

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

Тема 6. Фінансовий план

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

Тема 7. Стратегія фінансування

Зміст, завдання фінансової стратегії підприємства. Методи фінансової доцільності проекту.

Тема 8. Аналіз потенційних ризиків

Загальне поняття ризику. Види ризиків.

Тема 9. Технологія розробки різних видів бізнес-плану

Бізнес-план фінансового оздоровлення підприємства. Бізнес-план реорганізації підприємства. Бізнес-план інноваційного проекту. Бізнес-план диверсифікації діяльності підприємства.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						
	Усього	у тому числі					
		Лек.	Практ. (Семін.)	Лаб.	Конс.	Сам. роб.	Контр. роб.
1	2	3	4	5	6	7	8
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади бізнес-планування							
Тема 1. Сутність планування в ринковій економіці	11	2	2	-	-	7	-
Тема 2. Підприємницька (комерційна) ідея	13	2	2	-	1	8	
Тема 3. Метрологічні основи планової діяльності	11	2	2	-	-	7	-
Тема 4. Організаційно-правові форми господарювання	12	2	2	-	1	7	
Тема 5. Статут підприємства	13	2	2	-	1	8	
Тема 6. Бізнес-план і його роль у розвитку підприємств	12	2	2	-	1	7	-
Разом за змістовим модулем 1	72	12	12	-	4	44	-
Змістовий модуль 2. Розробка і впровадження бізнес-плану							
Тема 7. Структура бізнес-плану	12	2	2	-	1	7	-
Тема 8. Характеристика конкурентного середовища й конкурентні переваги	12	2	2	-	1	7	-
Тема 9. План маркетингу	12	2	2	-	1	7	-
Тема 10. План виробництва	13	2	2	-	1	8	-
Тема 11. Організаційний план	12	2	2	-	1	7	-
Тема 12. Фінансовий	12	2	2	-	1	7	-

план							
Тема 13. Стратегія фінансування	12	2	2	-	1	7	-
Тема 14. Аналіз потенційних ризиків	12	2	2	-	1	7	-
Тема 15. Технологія розробки різних видів бізнес-плану	11	2	2	-	-	7	-
Разом за змістовим модулем 2	108	18	18	-	8	64	-
Усього годин	180	30	30	-	12	108	-

5. Теми практичних занять

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Розробка підприємницької (комерційної) ідеї	4
2	Вибір організаційно-правової форми господарювання та загальна характеристика підприємства	4
3	Статут підприємства	4
3	Загальна характеристика ринку продукції (послуг) підприємства	2
4	Конкуренція та ризик в підприємницькій діяльності	2
5	Маркетингова діяльності підприємства	2
6	Виробнича діяльності підприємства	2
7	Формування організаційного плану підприємства	2
8	Фінансовий план підприємства	4
9	Оцінка ризиків	2
10	Банкрутство підприємства	2
	Разом	30

6. Самостійна робота

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Характеристика бізнес-плану.	2
2	Об'єктивна необхідність планування підприємницької діяльності.	2
3	Типологія бізнес-планів.	2
4	Цілі розробки бізнес-плану.	2
5	Формування інформаційного поля бізнес-плану.	2
6	Поняття інформаційного поля бізнес-плану.	2
7	Загальна методологія розробки бізнес-плану.	2

8	Стадії розробки бізнес-плану.	2
9	Змістовна характеристика початкової стадії розробки бізнес-плану.	2
10	Призначення підготовчої та основної стадій розробки бізнес-плану.	2
11	Структура бізнес-плану.	2
12	Логіка розробки бізнес-плану.	2
13	Загальні вимоги до стилю складання бізнес-плану.	2
14	Функціональне призначення та правила оформлення резюме.	2
15	Галузь, фірма та її продукція	2
16	Аналіз поточного стану справ у галузі. Концепція поведінки фірми.	2
17	Загальна характеристика фірми. Продукт та (або) послуги фірми.	2
18	Захист продукції патентами, товарними марками.	2
19	Перспективи розвитку бізнесу в майбутньому.	2
20	Загальна характеристика ринку продукту.	2
21	Визначення цільового ринку бізнесу.	2
22	Оцінка впливу зовнішніх факторів на бізнес. Конкурентна позиція фірми.	2
23	Цілі, завдання та логіка розробки маркетинг-плану.	2
24	Етапи процесу формування цілей маркетингової діяльності фірми. Логіка розробки маркетинг-плану.	2
25	Стратегія маркетингу.	2
26	Фінансове забезпечення плану маркетингу.	2
27	Прогнозування обсягів продажу продукції фірми	2
28	Завдання та логіка розробки виробничого плану.	2
29	Основні виробничі операції.	2
30	Сировина, матеріали, комплектуючі вироби.	2
31	Виробничі й невиробничі приміщення.	2
32	Змістовна характеристика основних розділів організаційного плану.	2
33	Визначення потреб фірми у персоналі.	2
34	Організаційна схема управління фірмою.	2
35	Кадрова політики і стратегія фірми.	2
36	Завдання розробки та значення фінансового плану.	2
37	Завдання розробки та процедура складання плану грошових надходжень і витрат.	2
38	Мета і вимоги до складання планового балансу.	2
39	Аналіз чутливості.	2
40	Сутність ризику. Типи можливих ризиків.	2
41	Концепція управління ризиками.	2
42	Способи реагування на небезпеки та загрози для бізнесу	2

	фірми.	
43	Цілі та завдання презентації бізнес-плану.	2
44	Чинники, що приваблюють потенційних кредиторів та інвесторів до фінансування та співробітництва.	2
45	Організація проведення презентації бізнес-плану.	2
46	Способи підвищення ефективності презентації.	2
47	Організаційно-правові форми господарювання	6
48	Методи пошуку комерційних ідей	4
49	Мета створення статуту підприємства	6
	Разом	108

7. Індивідуальні завдання

Загальні вимоги до виконання:

- індивідуальне завдання повинно мати практичне спрямування та носити творчий, дослідницький характер;
- тип індивідуального завдання – розрахунково-графічний;
- виконується ІНДЗ з додержанням усіх технічних вимог до письмових робіт. Текст має бути надрукований на принтері через 1,5 міжрядкових інтервали на одному боці аркуша білого паперу формату А4. Шрифт Times New Roman, 14 пт. Текст розміщується на сторінці, яка обмежується полями: ліве – 25 мм, нижнє, верхнє – 20 мм, праве – 15 мм. За обсягом ІНДЗ має складати 15-20 сторінок. ІНДЗ починається з титульного аркуша, за ним розміщуються послідовно зміст ІНДЗ, основний текст (схеми, таблиці, графіки, карти, завдання з підзаголовками відповідно до змісту роботи), список використаних джерел (не менше 15), посилання на джерело інформації – обов’язкове;
- оцінювання індивідуального навчально-дослідного завдання:

Рівень виконання ІНДЗ	К-ть балів
ІНДЗ виконано відмінно: повно висвітлена тема із сформульованими власними висновками	10
Недостатньо висвітлена тема із нечітко сформульованими власними висновками	5-9
Задовільне виконання ІНДЗ – неповно висвітлено тему без власних висновків студента	3-4
Тема висвітлена без чіткого розуміння сіті дослідження	1-2

Складання бізнес-плану підприємства за наступною типовою структурою:

1. Титульна сторінка — містить назву компанії, її юридичну і фактичну адреси, телефони, е-таї і адресу сайту (якщо є), найменування і повні реквізити власників компанії, найменування і дуже стисло (однією пропозицією) — сутність проекту, інформацію про виконавців проекту і дату його складання.

2. Резюме проекту — є основними положеннями, сутністю, "вичавлюваннями" з проекту, його основними висновками. Мета резюме — зацікавити інвестора і змусити його докладніше ознайомитися із змістом бізнес-плану. Обсяг резюме зазвичай — 2-3 сторінки тексту, який повинен бути складений простими словами без використання термінології й нескладними реченнями. Воно повинне довести інвесторові вигідність і перспективність вкладень в інвестиційний проект, що представляється.

3. Опис компанії — містить інформацію про компанію, яка пропонує інвестиційний проект, її повні реквізити, інформацію про засновників та їхні реквізити, цілі компанії, відомості про керівництво, історію компанії, досягнення, організаційну структуру, основні продукти і місце компанії на ринку.

4. Опис продукту або послуги — включає інформацію про продукт або послугу, його основні характеристики, основних споживачів, споживчі властивості товару, відмінності від існуючих аналогів, інформацію про патенти і ліцензії.

5. Маркетинговий аналіз — містить інформацію про товари, що є на ринку, продукцію конкурентів, порівняння характеристик і споживчих якостей товарів конкурентів і пропонованого продукту, інформацію про найменування конкурентів та їхні реквізити, ціни конкурентів та їхню стратегію просування товарів.

6. Стратегія просування товару — основним є визначення ринкової ніші, тобто того, який саме і для яких категорій споживачів призначений товар, кількісний і якісний аналіз споживачів, де вони розташовані, якими саме методами і каналами збуту пропонується реалізовувати товар або послугу. Наводиться інформація про стратегію рекламування продукту або послуги, витрати на маркетинг, ціноутворення, політику в роботі з покупцями. Цей розділ бізнес-плану часто є його найслабкішим місцем.

7. Виробництво — у разі якщо це виробниче підприємство, цей розділ містить інформацію про вибрану технологію виробництва, мотивації її вибору, опис основних технологічних процесів підприємства, схему його роботи, розстановку устаткування. Якщо передбачається реконструкція або будівництво, то наводиться опис технічних рішень і розрахунки витрат на реконструкцію або будівництво. У розділі наводяться розрахунки потреби у матеріалах і сировині на виробництво продукції, витрати на їх закупівлю, аналіз постачальників, витрати на обслуговування і плановий ремонт устаткування. У разі якщо специфіка виробництва того вимагає, наводиться інформація про необхідність придбання ліцензій та інших дозволів, вимоги з техніки безпеки праці.

8. План персоналу — в цьому розділі подаються інформація про потребу у персоналі, його кількості і кваліфікації, аналіз ринку праці по кожній позиції працівників, розрахунки витрат на оплату праці персоналу, його соціальне забезпечення, методи стимулювання і навчання.

9. Організаційна структура і управління — містить схему організаційної структури управління підприємством, інформацію про кількісний і якісний склад підрозділів підприємства, вимоги до його кваліфікації, розрахунок витрат на оплату праці, соціальне забезпечення і стимулювання праці персоналу, що управляє.

10. Фінансовий план - найцікавіша частина бізнес-плану з практичного погляду. Він показує, яких фінансових ресурсів буде потрібно для реалізації інвестиційного проекту і в які періоди часу, а також віддачу від проекту при заданих початкових даних і правильності висновків маркетингового дослідження. Фінансовий план є ключовим розділом бізнес-плану.

11. Аналіз ризиків проекту. В цьому розділі дається опис можливих ризиків проекту та їх характеристика, а також стратегія з їх мінімізації. У бізнес-плані необхідно виділити й розглянути лише найбільш імовірні для цього бізнесу ризики.

12. Додатки до бізнес-плану - це документи, на базі яких було складено бізнес-план: дані маркетингових досліджень, специфікації і докладні описи продуктів, розгорнені характеристики конкурентів та їхніх продуктів, копії рекламних матеріалів, прайс-листів, каталогів, листи від покупців і замовників, контракти, резюме керівників проекту і підрозділів підприємства, висновки експертів, інші документи.

8. Методи та засоби навчання.

У навчальному процесі застосовуються лекції з використанням мультимедіапроектора та інших ТЗН, практичні заняття, самостійна та індивідуальна роботи.

Серед методик та форм навчання даного курсу слід визначити такі *методики викладання*: методика проблемного навчання та евристичне навчання; *форми навчання*: аналітичні і проблемні лекції та дискусії, головна мета яких полягає розвитку у студентів логічного та самостійного осмислення додаткового матеріалу, який стосується сучасних процесів розвитку світової економіки; *методики навчання*: кейс-метод, презентації, міні-проекти, які готують студенти самостійно та презентують для присутніх.

Практичні заняття плануються для кожної теми дисципліни і включають такі напрями роботи: підготовку до практичних занять за вказаним планом; виконання контрольних завдань; виконання завдань дослідницького характеру; критичний огляд наукових публікацій за обраною проблематикою; тренінги; рольові та ділові ігри; презентація результатів дослідження на задану тематику, у т. ч. виступ на конференціях.

Мета проведення лекцій полягає в ознайомленні студентів з теоретичними знаннями з бізнес-планування і формування практичних навичок складання бізнес-планів.

Завдання лекційного курсу:

- навчити студентів правильно аналізувати цілі і завдання організації бізнесу;
- сформувати навички комплексного підходу до організації власного бізнесу;
- довести необхідність і доцільність використання бізнес-планів для сучасного здійснення власного бізнесу;
- ознайомити студентів з механізмом розробки бізнес-планів;
- сформувати у студентів творчий підхід до розробки окремих складових бізнес-плану.

9. Форма підсумкового контролю успішності навчання.

Форма контролю – екзамен. В білеті 3 питання, кожне з яких оцінюється у 20 балів.

Питання і завдання для контролю

1. Сутність поняття "бізнес-план".
2. Основні функції бізнес-плану.
3. Класифікація бізнес-планів.
4. Цілі розробки бізнес-плану.
5. Формування інформаційного поля.
6. Загальна методологія розробки бізнес-плану.
7. Логіка процесу стратегічного планування на підготовчій стадії розробки бізнес-плану.
8. Основні цілі та складові зовнішнього аналізу.
9. Основні завдання та сутність внутрішнього аналізу.
10. Визначення місії фірми.
11. Формування цілей діяльності фірми.
12. Аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії.
13. Фактори, що впливають на зміст і структури бізнес-плану.
14. Етапи формування структури бізнес-плану.
15. Складові бізнес-плану.
16. Логіка розробки бізнес-плану.
17. Вимоги до стилю написання і оформлення бізнес-плану.
18. Функціональне призначення резюме.
19. Цілі, логіка розробки та структура розділу "Галузь, фірма та її продукція".
20. Аналіз стану справ у галузі.
21. Основні складові концепції "поведінки" фірми в галузі.
22. Загальна характеристика фірми.

23. Цілі, логіка розробки та структура розділу "Дослідження ринку".
24. Вибір цільового ринку.
25. Оцінка впливу зовнішніх чинників на бізнес.
26. Завдання та логіка розробки маркетинг-плану.
27. Етапи процесу формування цілей маркетингової діяльності фірми.
28. Етапи опрацювання стратегії маркетингу.
29. Засоби реалізації стратегії маркетингу.
30. Стратегія збуту та реалізації продукції фірми.
31. Політика ціноутворення.
32. Опрацювання рекламної кампанії та формування політики підтримки продукту фірми.
33. Прогнозування обсягів продажу продукції фірми.
34. Завдання та логіка розробки виробничого плану.
35. Структура виробничого плану.
36. Цілі та структура організаційного плану.
37. Обґрунтування вибору організаційної форми бізнесу.
38. Визначення потреб фірми в персоналі.
39. Власники фірми, команда менеджерів і зовнішні консультанти.
40. Організаційна схема управління фірмою.
41. Кадрова політика і стратегія фірми.
42. Цілі та структура розділу "Оцінка ризиків".
43. Сутність підприємницького ризику.
44. Основні види ризиків у сучасному бізнесу.
45. Концепція управління ризиками.
46. Способи реагування на загрози бізнесу.
47. Заходи з мінімізації або нейтралізації негативних наслідків можливих ризиків.
48. Значення розробки фінансового плану.
49. Особливості розробки фінансового плану.
50. Структура фінансового плану.
51. План доходів і витрат.
52. План грошових надходжень і виплат.
53. Вимоги до складання планового балансу.
54. Очікувані фінансові коефіцієнти.
55. Аналіз чутливості.
56. Фінансові потреби фірми та умови повернення коштів кредиторам та інвесторам.
57. Сутність презентації бізнес-плану.
58. Чинники, що приваблюють потенційних партнерів та інвесторів до фінансування та співробітництва.
59. Організація проведення презентації бізнес-плану.
60. Засоби підвищення ефективності презентації бізнес-плану.

10. Методи та засоби діагностики успішності навчання

У процесі вивчення дисципліни використовуються такі методи оцінювання:

- поточне тестування та опитування;
- оцінювання виконання практичних робіт;
- оцінювання виконання ІНДЗ;
- екзамен.

11. Розподіл балів та критерії оцінювання

Загальна оцінка за курс складається як алгебраїчна сума оцінок за кожен з трьох модулів: поточне тестування (аудиторні заняття); контрольні роботи наприкінці кожного змістового модуля; самостійна та індивідуальна роботи впродовж семестру.

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою ECTS. На оцінку завдань модуля I відводиться 30 балів, модуля II - 10 балів, модуля III - 60 балів.

Наприкінці вивчення курсу, формою підсумкового контролю є екзамен, який оцінюється від 0 до 60 балів. Студент, який впродовж семестру набрав більше 75 балів має право не складати екзамен. При цьому йому зараховуються бали, які набрані впродовж семестру.

Модуль I передбачає перевірку якості засвоєння теоретичного курсу, виконання практичних робіт безпосередньо на заняттях. Загальна кількість тем цього модуля становить 12 (4 – I змістовий модуль, 4 – II змістовий модуль, 4 – III змістового модуля). Кожна з тем I, II і III змістового модулів оцінюється від 0 до 2,5 балів. Обчислюється накопичена сума балів різних видів робіт по кожному змістовому модулю і підбивається загальна сума балів поточного тестування, яка не може перевищувати 30 балів.

Модуль II передбачає виконання ІНДЗ, перевірку виконання студентами індивідуальних та самостійних завдань. Таким чином, максимально можлива оцінка за виконання модуля 2 становить 10 балів.

Модуль III передбачає перевірку підсумкових знань і вмінь студентів шляхом написання контрольних робіт. Оцінка за модуль III виставляється за виконання студентом 3 контрольних робіт (по кожному із змістових модулів), які передбачають перевірку теоретичних знань. Контрольні роботи оцінюються за 20-бальною шкалою.

Поточний контроль (маx = 40 балів)															Модульний контроль (маx = 60 балів)		Загальна кількість балів	
Модуль 1										Модуль 2					Модуль 3			
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2					ІНДЗ	МКР 1	МКР 2						
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	Т 10	Т 11	Т 12	Т 13	Т 14	Т 15	10	30	30	100
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				

М - модуль, ЗМ - змістовий модуль, Т - тема, ІНДЗ - індивідуальна науково-дослідна робота.

Шкала оцінювання (національна та ECTS)

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи (проекту), практики	для заліку
90 – 100	A	Відмінно	Зараховано
82 – 89	B	Добре	
75 - 81	C		
67 -74	D	Задовільно	
60 - 66	E		
1 – 59	Fx	Незадовільно	Незараховано (з можливістю повторного складання)

12. Методичне забезпечення

1. Потапова А. Г. Конспект лекцій з дисципліни „Бізнес-планування” для студентів спеціальності 8.04010402 – „Економічна та соціальна географія” [Електронний ресурс] / А. Г. Потапова. – 80 Min / 700 MB. – Луцьк, 2011. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) ; 12 см. – Систем. вимоги: Pentium ; 32 Mb RAM ; Windows 95, 98, 2000, XP ; MS Word 97-2000. – Назва з контейнера.

2. Потапова А. Г. Бізнес-планування: методичні рекомендації / Алла Геннадіївна Потапова. – Луцьк : ПП Іванюк В. П., 2014. – 105 с.

13. Список джерел

1. Агафонова Л. Г. Підготовка бізнес-плану: практикум / Л. Г. Агафонова, О. В. Рога. – К. : Знання, 2000– 158 с.

2. Алексеев М. М. Планирование деятельности фирмы / Алексеев М. М. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 246 с.

3. Барроу К. Бизнес-план / Барроу К., Барроу П., Браун Р. – К. : Знання, 2001. – 258 с.

4. Бизнес-план: Метод, материалы / [под ред. Маниловского Р. Г.]. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 160 с.

5. Бизнес-план: рекомендации по составлению / [под ред. Маниловского Р. Г.]. – М. : Приор, 2002. – 304 с.

6. Бизнес-планирование / [под. ред. Попова В. М. и др.]. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 672 с.

7. Богомолов А. Ю. Бизнес-план: методика разработки / Богомолов А. Ю. – М.: Ось-89, 2000. – 576 с.

8. Внутрішній економічний механізм діяльності підприємства / М. Г. Грещак [та ін.]. // Планування діяльності. – К. : КНЕУ, 2001. – 298 с.
9. Деловое администрирование: практические ситуации, деловые игры, упражнения / [под ред. Страховой О. А.]. – СПб. : Питер, 2001. – 175 с.
10. Економіка виробничого підприємства / [за ред. Петровича І. М.]. – К. : Слово, 2002. – 449 с.
11. Економіка підприємства: підручник / [за ред. Покропивного С. Ф.]. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с.
12. Мірошніченко А. В. Діловий успіх і маркетинг / А. В. Мірошніченко. – К. : А.Л.Д., 1997. – 64 с.
13. Орлов О. О. Планування діяльності промислового підприємства: підручник / О. О. Орлов. – К. : Скарби, 2002. – 336 с.
14. Планування на підприємствах: навч. посібник. / [під заг. ред. Льїна А. І.]. – Мінськ : ТОВ Новое знание, 2000. – 396 с.
15. Планування на підприємствах: навч. посібник. / [під заг. ред. Льїна А. І.]. – Мінськ : ТОВ Новое знание, 2000. – 415 с.
16. Покропивний С. Ф. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навч. посіб. / Покропивний С. Ф., Соболев С. М., Швиданенко Г. О. – К. : КНЕУ, 1999. – 208 с.
17. Савчук В. П. Финансовый менеджмент предприятий: прикладные деловые вопросы с анализом деловых ситуации / В. П. Савчук. – К. : Максимум, 2001. – 598 с.
18. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / [под ред. Попова В. М.]. – М : НОМ и Д, 2002. – 360 с.
19. Семь нот менеджмента / [под ред. Красновой В. А. и др.]. – М., 2001, – 656 с.
20. Сирополис Н. К. Управление малым бизнесом: руководство для предпринимателей / Сирополис Н. К. – М. : Дело, 1997. – 672 с.
21. Скворцов М. Н. Бизнес-план предприятия / Скворцов М. Н. – К. : Выща шк., 1995. – 189 с.
22. Сухова Л. Ф. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: учеб. пособие / Сухова Л. Ф. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 160 с.
23. Финч Б. 30 минут для подготовки бизнес-плана / Финч Б. – М. : Лори, 2000. – 79 с.
24. Шудра В. Ф. Как подготовить успешный бизнес-план / В. Ф. Шудра, А. Н. Беличко. – К. : Капрал, 1997. – 106 с.