

Назва дисципліни	Бізнес-планування
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Оксана Степанівна Паламарчук
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, у соцмережі	https://rshu.edu.ua/121-personalii/1214-palamarchuk-oksana-stepanivna
Е-mail викладача:	oksana.palamarchuk@rshu.edu.ua
Посилання на освітній контент дисципліни в CMS Moodle (за наявності) або на іншому ресурсі	http://kibernetika.rv.ua./
Мова викладання	українська
Консультації	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

Цілі навчальної дисципліни

Мета: формування у майбутніх фахівців з маркетингу теоретичних знань та практичних навичок стосовно процесу розроблення і детального обґрунтування реалізації підприємницької ідеї, яка супроводжується розробкою бізнес-плану, що є передумовою успішного створення, розширення чи удосконалення діяльності підприємств/приватного бізнесу.

Завданням навчальної дисципліни є формування відповідних економічних знань для освоєння сфери бізнесу, планування господарської діяльності підприємств, вміння самостійно орієнтуватися у наявній економічній ситуації, вірно та раціонально підходити до вирішення комерційних проблем; вміння розробляти бізнес-план як дієвий інструмент для започаткування чи розвитку бізнесу.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких *загальних та фахових* компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

Очікувані результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен демонструвати:

Знання

Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Бізнес-планування» значно підвищиться сукупністю знань, отриманих здобувачами вищої освіти при вивченні дисциплін, «Менеджмент», «Інтернет-технології в бізнесі», «Економіка підприємства», «Фінанси», «Інвестування», «Ризикологія».

Мотивація здобувачів вищої освіти полягає:

- формування почуття задоволення від пізнання нового;
- усвідомлення розширення власних перспектив у плані знайомства з дійсністю, відкриття невідомих сторін оточуючої дійсності – закономірностей творчості;
- формування стійкої тенденції до продовження креативної діяльності;
- вузькі соціальні мотиви (прагнення отримати схвалення, посісти гідне місце в соціальній групі, підтвердити свій статус, підвищити рівень креативності);
- мотиви соціального співробітництва, спілкування з іншими людьми упродовж здобуття вищої освіти.

Спільна (групова) діяльність здобувачів вищої освіти при вивченні дисципліни «Бізнес-планування» може бути:

- 1) за рівнем навчальних можливостей здобувачів – гомогенною та гетерогенною;
- 2) за особливостями розподілу навчальних завдань – однорідною, диференційованою, кооперованою, індивідуально груповою;
- 3) за часом функціонування – пролонгованою та локальною.

Самостійна діяльність здобувачів вищої освіти при вивченні курсу передбачає:

- підготовку до аудиторних занять та опрацювання матеріалу практичних робіт;
- вивчення окремих тем або питань змістового модуля, які у Робочій програмі винесено на самостійне опрацювання;
- виконання диференційованих завдань;
- підготовку рефератів та реферативних повідомлень, виступів на заняттях;
- виконання завдань для самоконтролю, що передбачає розв'язання практичних завдань, проходження тестів, відповідей на питання тощо.

Перелік тем

1. Організація процесу бізнес-планування на підприємстві
2. Бізнес-план та його структура
3. Цілі розробки бізнес-плану
4. Методологія розробки бізнес-плану
5. Формування інформаційної бази бізнес-плану
6. Технологія складання бізнес-плану
7. Класифікація та типологія бізнес-планів
8. Аналіз ефективності бізнес-плану

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Основна

1. Гетало В. П. Бізнес-планування : навч. посіб. – Київ: Професіонал, 2008. – 240 с
2. Козловський В. О. Бізнес-планування : навч. посіб. – Вінниця : ВНТУ, 2006. – 190 с.
3. Кривонос А. О. Бізнес-планування на підприємстві : навч. посіб. – К. : МАУП, 2006. – 160 с.
4. Покропивний С.Ф. Бізнес-план: технологія розробки і обґрунтування : навч. посіб. – Київ : Кнеу, 1999. – 208 с.
5. Тарасюк Г. М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз : навч. посіб. – Київ: Каравела, 2008.
6. Ясинський В. В. Бізнес-планування: теорія і практика : навч. посіб. – Київ: Каравела, 2004. – 232 с.

Додаткова

1. Грабовецький Б. Є Економічний аналіз : навч. посіб. – Київ : ЦУЛ, 2009. – 256 с.
2. Кістерський Л.Л., Бурлей А.Б., Пустовойтова Т.Л. Управління бізнесом: доступно про складне. – Київ: Знання України, 2001. – 245 с.
3. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: навч. посіб. – 3-тє вид., перероб. і доп. – Київ: Т-во «Знання», КОО, 2002. – 294 с.
4. Лавров Є. А. Інформаційні технології бізнес-планування : навч. посіб. – Суми : Довкілля, 2007. – 322 с.
5. Тарасюк Г. М. Планування комерційної діяльності : навч. посіб. – Київ : Каравела, 2005. – 400 с.

Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки бакалавра спеціальності 075 «Маркетинг»:
https://www.rshu.edu.ua/images/osvitni_programi/osv_prog_bak_075_marketing_2021.pdf
2. Сайт кафедри економіки та управління бізнесом: <http://www.ekibernetika.org.ua>.
3. Платформа електронного навчання кафедри економіки та управління бізнесом <http://kibernetika.rv.ua/>
4. Репозитарій РДГУ. URL: <http://repository.rshu.edu.ua/>
5. OSVITA.UA. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/
6. Навчальні матеріали онлайн. URL: <https://pidruchniki.com>
7. Он-лайн бібліотека для студентів. URL: <https://www.twirpx.com/>

Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до мережі Інтернет для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання*	Методи оцінювання результатів навчання**
ЗК5.	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків	P1.	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10

		P14.	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
		P15.	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
ЗК6.	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності	P16.	Відповісти вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
ЗК11.	Здатність працювати в команді.	P1.	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
		P3.	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
		P14.	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
СК2.	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу	P10.	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10

		P16.	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10
СК12.	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу	P1.	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10
		P10.	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10
СК13.	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі	P14.	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10
		P14.	Визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10
		P16.	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10

* МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); МН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); МН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); МН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); МН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань); МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

** МО1 – екзамен; МО2 – усне або письмове опитування; МО3 – колоквиум; МО4 – тестування; МО5 – командні проекти; МО6 – реферати, есе; МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; МО8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; МО9 – захист лабораторних і практичних робіт; МО10 – залік.

**Система та критерії оцінювання
у Рівненському державному гуманітарному університеті**

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань та умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90–100	A	відмінно	здобувач вищої освіти (ВО) виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82–89	B	дуже добре	здобувач ВО вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)		
74–81	C	добре	здобувач ВО вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			

64–73	D	задовільно	здобувач ВО відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)		
60–63	E	достатньо	здобувач ВО володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні	Середній (репродуктивний)		
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
1–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни «Бізнес-планування»

Поточне тестування та самостійна робота								Залік	Сума
Змістовий модуль 1									
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	20	100
7	7	7	7	8	8	8	8		
Модульний контроль – 20									

Критерії по видах діяльності

№ з.п.	Вид навчальної діяльності	Оціночні бали	Кількість балів
--------	---------------------------	---------------	-----------------

T1	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 5	7
T2	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 5	7
T3	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 5	7
T4	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 5	7
T5	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 5	8
T6	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 5	8
T7	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 5	8
T8	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 5	8
<i>Модульний контроль</i>		-	20
<i>Залік</i>		-	20
Разом:		100	

Політика дисципліни

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного та лабораторного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти, виконуючи самостійну або індивідуальну роботу, повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.