


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ НАФТИ І ГАЗУ  
Інститут економіки та менеджменту  
Кафедра підприємництва і маркетингу

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Директор інституту економіки та  
менеджменту  
  
«20» 02 2020р.

**ТРЕНІНГ-КУРС**  
**БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ**  
**(англ. мовою)**  
(назва навчальної дисципліни)

**РОБОЧА ПРОГРАМА**

Другий (магістерський) рівень  
(рівень вищої освіти)

галузь знань

07 Управління та адміністрування  
(шифр і назва)

спеціальність

076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність  
(шифр і назва)

освітньо-професійна  
програма

Маркетингова діагностика та управлінський  
консалтинг у підприємстві  
(назва)

вид дисципліни

вибіркова  
обов'язкова /вибіркова

Івано-Франківськ-2020

Робоча програма дисципліни «Тренінг-курс: бізнес-планування в підприємстві» для студентів, що навчаються за освітньо-професійною програмою на здобуття ступеня **магістр** за спеціальністю «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Розробник:

доц. кафедри підприємництва та маркетингу,

к.е.н.,

доц.



Малинка О.Я.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри підприємництва та маркетингу

Протокол від «10»\_лютого\_2020 року № 6.

Завідувач кафедри підприємництва та маркетингу,

д.е.н.,



І. В. Перезова

Узгоджено:

Завідувач випускової кафедри підприємництва та маркетингу, д.е.н.,



І. В. Перезова

## 1 ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Ресурс годин на вивчення дисципліни «Тренінг-курс: бізнес-планування в підприємстві» згідно з чинним РНП, розподіл по семестрах і видах навчальної роботи для різних форм навчання характеризує таблиця 1.

Таблиця 1 – Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни «Тренінг-курс: бізнес-планування в підприємстві»

Найменування показників	Всього		Розподіл по семестрах	
			Семестр 2	
	Денна форма навчання (ДФН)	Заочна (дистанційна) форма навчання (ЗФН)	Денна форма навчання (ДФН)	Заочна (дистанційна) форма навчання (ЗФН)
Кількість кредитів ECTS	3	3	3	3
Кількість модулів	1	1	1	1
Загальний обсяг часу, год	90	90	90	90
Аудиторні заняття, год, у т.ч.:	48	20	48	20
лекційні заняття	16	10	16	10
семінарські заняття	-	-	-	-
практичні заняття	32	10	31	10
лабораторні заняття	-	-	-	-
Самостійна робота, год, у т.ч.	42	70	42	70
виконання курсової роботи	-	-	-	-
виконання контрольних (розрахунково-графічних) робіт	-	10	-	10
опрацювання матеріалу, викладеного на лекціях	17	10	17	10
опрацювання матеріалу, винесеного на самостійне вивчення	15	40	15	40
підготовка до практичних занять та контрольних заходів	10	10	10	10
підготовка звітів з лабораторних робіт	-	-	-	-
підготовка до екзамену	-	-	-	-
Форма семестрового контролю	Диференційований залік		Диференційований залік	

## 2 МЕТА ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Бізнес-планування — це процес аналізу, визначення підприємницьких цілей, реалізації й контролю за здійсненням заходів, спрямованих на встановлення та підтримку взаємовигідних обмінів із цільовим ринком для досягнення певних цілей організації (в бізнесі, насамперед, — отримання запланованого рівня прибутку). За умов розвитку ринкових відносин однією з головних проблем підприємств України є проблема переходу від мислення категоріями виробництва до досягнення філософії підприємництва, спрямованої на задоволення потреб та запитів споживачів. Успішно виконати це завдання можливо тоді, коли ним займуться фахівці, озброєні знаннями, досвідом і навичками розв'язання конкретних підприємницьких проблем. З огляду на важливість адекватного визначення цілей діяльності підприємства та вибору засобів їх досягнення, в навчальний план підготовки магістра введено дисципліну «Тренінг-курс: бізнес-планування в підприємстві».

**Мета вивчення дисципліни** – набуття фахівцями компетенцій щодо бізнес-планування в підприємстві, опанування методами та прийомами його застосування у практичній діяльності підприємств (фірм).

У результаті вивчення дисципліни студент повинен демонструвати такі **результати навчання** через знання, уміння та навички:

- опанувати функцію бізнес-планування як складову управління підприємством в ринкових умовах;
- вивчити методи оцінювання ринкових можливостей підприємства, вибору цільового ринку та управління ним;
- навчитися формувати підприємницьку стратегію фірми;
- оволодіти методами та інструментарієм планування діяльності підприємства.

**Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів компетентностей**, передбачених стандартом вищої освіти України для спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженим Наказом Міністерства освіти і науки України 10.07.2019 р. № 961, зокрема:

**інтегральної:** Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог.

### **Загальних:**

- ЗК 1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- ЗК 3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
- ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків;

### **фахових:**

- СК 1. Здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур.
- СК 2. Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності
- СК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.
- СК 5. Здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності.

Результати навчання дисципліни деталізують такі **програмні результати навчання, передбачені** стандартом вищої освіти України для спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженим Наказом Міністерства освіти і науки

України 10.07.2019 р. № 961 (із зазначенням порядкового номеру у відповідності до розділу V цього стандарту):

1. Вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.

2. Визначати, аналізувати проблеми підприємництва, торгівлі і біржової діяльності та розробляти заходи щодо їх вирішення.

4. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп.

5. Вміти професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.

6. Вміти розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність.

7. Визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.

8. Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких, торговельних та/або біржових структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень.

9. Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької, торговельної та/або біржової діяльності.

11. Впроваджувати інноваційні проекти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур.

### 3 ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

#### 3.1 Тематичний план лекційних занять

Тематичний план лекційних занять дисципліни «Тренінг-курс: бізнес-планування в підприємстві» характеризує таблиця 2.

Таблиця 2 – Тематичний план лекційних занять

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем (Т) та їх зміст	Обсяг годин		Література	
		ДФН	ЗФН	порядковий номер	розділ, підрозділ
<b>М 1</b>	<b>Особливості бізнес-планування в підприємстві</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	1	-
<b>ЗМ1</b>	<b>Методика та інструментарій бізнес-планування в підприємстві</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	1	-
Т 1.1	<b>Поняття бізнес-планування в підприємстві.</b> Сутність і технології бізнес-планування. Характеристика основних різновидів бізнес-планування в підприємстві.	2	1	1	Теми 1,2
Т 1.2	<b>Аналіз зовнішнього середовища підприємства.</b> Сутність і склад зовнішнього середовища. Фактори макросередовища. Фактори мікросередовища. Етапи аналізу зовнішнього середовища.	2	1	1	Тема 4
Т 1.3	<b>Аналіз споживачів та конкурентів як основних елементів мікросередовища підприємства.</b> Аналіз споживачів. Контроль за конкурентами. Виявлення головних конкурентів підприємства. Компоненти аналізу діяльності конкурентів. Спостереження за конкурентами і дослідження ринку зовнішніми службами.	2	1	1	Тема 5
Т 1.4	<b>Аналіз конкурентних переваг і конкурентоспроможності підприємства.</b> Сфери і показники конкурентних переваг підприємства. Методика діагностики конкурентоспроможності підприємства.	2	2	1	Тема 6
Т 1.5	<b>Аналіз цільових сегментів підприємства.</b> Показники і параметри оцінки цільових сегментів. Маркетингові стратегії вибору цільових сегментів.	2	1	1	Теми 6,7
Т 1.6	<b>Аналіз і планування портфелю бізнесу підприємства.</b> Сутність маркетингового управління портфелем бізнесу. Інструментарій аналізу портфелю бізнесу.	2	2	1	Теми 3,6,7
Т 1.7	<b>Аналіз позиціонування продукції підприємства на ринку.</b> Особливості побудови позиційної схеми. Вибір стратегії позиціонування.	2	1	1	Теми 6,7
Т 1.8	<b>Вибір стратегії діяльності підприємства.</b> Різновиди бізнес-стратегій підприємства. Процес вибору стратегії. Методика оцінки обраної стратегії підприємства.	2	1	1	Тема 6

**Всього:**

Модуль 1 – змістових модулів – 1, тем – 8.

**3.2 Теми практичних занять**

Теми практичних занять дисципліни «Тренінг-курс: бізнес-планування в підприємстві» наведено у таблиці 3.

Таблиця 3 – Теми практичних занять

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем практичних занять	Обсяг годин		Література	
		ДФН	ЗФН	порядковий номер	розділ, підрозділ
М 1	<b>Особливості бізнес-планування в підприємстві</b>	<b>32</b>	<b>10</b>	1п	Розділ «Практична частина»
ЗМ1	<b>Методика та інструментарій бізнес-планування в підприємстві</b>	<b>32</b>	<b>10</b>	1п	Розділ «Практична частина»
П 1.1	Поняття бізнес-планування в підприємстві.	4	-	1п	Розділ «Практична частина»
П 1.2	Аналіз зовнішнього середовища підприємства.	4	1	1п	Розділ «Практична частина»
П 1.3	Аналіз споживачів та конкурентів як основних елементів мікросередовища підприємства.	4	1	1п	Розділ «Практична частина»
П 1.4	Аналіз конкурентних переваг і конкурентоспроможності підприємства.	4	2	1п	Розділ «Практична частина»
П 1.5	Аналіз цільових сегментів підприємства.	4	1	1п	Розділ «Практична частина»
П 1.6	Аналіз і планування портфелю бізнесу підприємства.	4	2	1п	Розділ «Практична частина»
П 1.7	Аналіз позиціонування продукції підприємства на ринку.	4	1	1п	Розділ «Практична частина»
П 1.8	Вибір стратегії діяльності підприємства.	4	1	1п	Розділ «Практична частина»

### 3.3 Завдання для самостійної роботи студента

Перелік матеріалу, який виноситься на самостійне вивчення, наведено у таблиці 4.

Таблиця 4 – Матеріал, що виноситься на самостійне вивчення

Шифри	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), питання, що виноситься на самостійне вивчення	Обсяг годин	Література	
			порядковий номер	розділ, підрозділ
М 1	<b>Особливості бізнес-планування в підприємстві</b>	<b>42</b>	1с	-
ЗМ1	<b>Методика та інструментарій бізнес-планування в підприємстві</b>	<b>42</b>	1с	-
Т 1.2	Методика бального SWOT-аналізу з використанням табличної форми.	7	1с	див. термін SWOT-аналіз
Т 1.3	Методика 5-ти конкурентних сил за Портером.	7	1с	див. термін «модель 5-ти сил Портера»
Т 1.4	Методика «радару» конкурентоспроможності підприємства.	7	1с	див. термін «радар» конкурентоспроможності
Т 1.6	Матриця «зростання – частка ринку» (БКГ).	7	1с	див. термін «матриця БКГ»
Т 1.7	Методика відбору параметрів для побудови позиційної схеми.	7	1с	див. термін «позиційна схема»
Т 1.8	Комплексна методика оцінки іміджевої стратегії підприємства.	7	1с	див. термін «імідж підприємства»

Самостійне вивчення дисципліни передбачає також опрацювання навчальної платформи Prometheus, а саме, курсу «Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності». У програмі курсу – методологія аналізу клієнтів та розробки Пропозиції Цінності для них, а також природа спротиву змінам та методологія ефективного подолання шести рівнів опору задля успішного продажу Пропозиції Цінності. На курсі студенти повинні усвідомити різницю у сприйнятті цінності товару або послуги постачальником і покупцем та кореневий конфлікт маркетингу, який походить з цього, переосмислити поняття сегментації ринку та єдиної справедливої ціни, навчитися аналізувати виділених клієнтів та сегменти ринку за допомогою причинно-наслідкових зв'язків (Інструментів процесів Мислення ТОС), а головне – навчитися розробляти і продавати Пропозицію Цінності як для клієнта, так і для виокремленого сегмента ринку (маркетинговий інструмент і техніки продажів, створені на основі рішень ТОС та Інструментів Процесів Мислення ТОС).

Інші види самостійної роботи та загальний її баланс характеризує таблиця 1.



## 4 НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

### 4.1 Основна література

1 Устенко А. О. Менеджмент : навчальний посібник / А. О. Устенко, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2016. – 276 с.

2 Goldratt M. Eliyahu. The Goal: A Process of Ongoing Improvement / Eliyahu M. Goldratt, Jeff Cox. – North River Press, 1998.

### 4.2 Додаткова література

2 Малинка О. Я. Економіка підприємства в системі менеджменту : навчальний посібник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2014. – 365 с.

3 Устенко А. О. Управлінська діагностика : навчальний посібник / А. О. Устенко, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2015. – 265 с.

### 4.3 Література та методичне забезпечення практичних занять

1п Устенко А. О. Практикум системного менеджера / А. О. Устенко, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2013. – 361 с.

### 4.4 Література та методичне забезпечення самостійної роботи

1с Малинка О. Я. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. – 348 с.

### 4.5 Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. <http://www/marketing.web-standart.net>
2. <http://www.obriy-marketing.kiev.ua>
3. <http://www.mr.com.ua>
4. <http://www.business-master.com.ua>
5. <http://bredmarketing.bigmir.net>
6. <http://www.marketinganalytic.com.ua/>
7. <http://www.marketolog.com.ua>
8. <http://www.reklamist.com>
9. <http://www.MarketingMix.com.ua>
10. [https://courses.prometheus.org.ua/courses/Prometheus/MARKETING101/2015\\_T2/about](https://courses.prometheus.org.ua/courses/Prometheus/MARKETING101/2015_T2/about)

## 5 МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Таблиця 5 – Схема нарахування балів у процесі оцінювання знань студентів з дисципліни «Тренінг-курс: бізнес-планування в підприємстві»

Види робіт, що контролюються	Максимальна кількість балів
Модуль 1	
Контроль засвоєння теоретичних знань змістового модуля ЗМ1 (колоквіум)	20

Контроль засвоєння теоретичних знань змістового модуля ЗМ1 (тестування)	20
Контроль практичних навиків при виконанні чотирьох комплексних case studies (4x5)	20
Контроль умінь при виконанні та презентації результатів творчих робіт (4x5)	20
Контроль практичних навиків при самостійному виконанні домашніх робіт за допомогою платформи Prometheus (2x10)	20
Усього	100

Диференційований залік з дисципліни виставляється студенту відповідно до чинної шкали оцінювання, що наведена нижче.

Остаточне оцінювання екзамену з дисципліни проводиться відповідно до вимог чинного Положення «Про систему поточного і підсумкового контролю, оцінювання знань та визначення рейтингу студентів»

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для екзамену, диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
67-74	D	задовільно
60-66	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни