

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

Бакалавр
(освітній ступінь)

Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Декан факультету будівельно-технологічного факультету



РОБОЧА ПРОГРАМА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

"Бізнес-аналітика"

(назва освітньої компоненти)

| | |
|------|---|
| шифр | назва спеціальності, освітньої програми |
| 075 | Маркетинг, ОП «Маркетинг» |

Розробники:

Вотченікова О.В., к. е. н.

(прізвище та ініціали, науковий ступінь, звання)

(підпис)

Марченко С.М., к. е. н., доцент

(прізвище та ініціали, науковий ступінь, звання)

(підпис)

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

протокол № 20 від «29» червня 2022 року

Завідувач кафедри

(підпис)

/Петро ЗАХАРЧЕНКО/

Схвалено гарантом освітньої програми 075 «Маркетинг»

Гарант ОП

(підпис)

/Ольга ВОТЧЕНІКОВА/

Розглянуто на засіданні науково-методичної комісії спеціальності

протокол № 10 від «30» червня 2022 року

ВИТЯГ З РОБОЧОГО НАВЧАЛЬНОГО ПЛАНУ

| шифр | Назва спеціальності, освітньої програми | Форма навчання: денна | | | | | | | | | | Форма контролю | Семестр | Відмітка про погодження заступником декана факультету | | |
|------|--|------------------------------|-------------|------------|----|----|----|----|--------------|-----------------------------------|--------------|----------------|---------|---|----|--|
| | | Кредитів на сем. | Обсяг годин | | | | | | Сам. роб. | Кількість індивідуальних робіт | | | | | | |
| | | | Всього | аудиторних | | | КП | КР | | РГР | Конт. роб | | | | | |
| | | | | Разом | Л | Лр | | | | | | | | | Пз | |
| 075 | Маркетинг | 4 | 120 | 54 | 30 | - | 24 | 60 | | 1 | | | Екзамен | 8 | | |

| шифр | Назва спеціальності, освітньої програми | Форма навчання: заочна (вечірня) | | | | | | | | | | Форма контролю | Семестр | Відмітка про погодження заступником декана факультету | | |
|------|--|---|-------------|------------|----|----|----|----|--------------|-----------------------------------|--------------|----------------|---------|---|----|--|
| | | Кредитів на сем. | Обсяг годин | | | | | | Сам. роб. | Кількість індивідуальних робіт | | | | | | |
| | | | Всього | аудиторних | | | КП | КР | | РГР | Конт. роб | | | | | |
| | | | | Разом | Л | Лр | | | | | | | | | Пз | |
| 075 | Маркетинг | 4 | 120 | 34 | 12 | | 22 | 86 | | 1 | | | Екзамен | 10 | | |

Мета та завдання освітньої компоненти

Мета дисципліни:

Мета вивчення дисципліни «Бізнес-аналітика» полягає у формуванні у студентів системи знань та умінь в сфері організації роботи сучасного підприємства за новими маркетинговими принципами, аналізі показників його фінансово-господарської діяльності, вивченні методів кількісного вираження взаємозв'язків економічних процесів та явищ; освоєнні методів аналізу інформації та прогнозування розвитку бізнес-процесів, а також базових знань з поняття процесу, бізнес-процесу та інжинірингу бізнес-процесів компанії.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Бізнес-аналітика» є:

- пошук, збір, аналіз та систематизація статистичних даних в економіці та управлінні;
- застосування статистичного інструментарію після прийняття управлінських рішень;
- вміння використовувати у професійній діяльності основні багатомірні статистичні методи обробки та аналізу даних;
- освоєння основних методів бізнес-прогнозування.

Компетентності здобувачів освітньої програми, що формуються в результаті засвоєння освітньої компоненти

| Код | Зміст компетентності |
|-----------------------------------|---|
| Інтегральна компетентність | |
| ІК | Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов. |
| Загальні компетентності | |
| ЗК3 | Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. |
| ЗК4 | Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. |
| ЗК5 | Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. |
| ЗК 8 | Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. |
| ЗК9 | Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. |
| ЗК 11 | Здатність працювати в команді. |
| Фахові компетентності | |

| | |
|------|---|
| ФК2 | Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. |
| ФК3 | Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. |
| ФК6 | Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. |
| ФК11 | Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. |
| ФК12 | Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. |

Програмні результати здобувачів освітньої програми, що формуються в результаті засвоєння освітньої компоненти

| Код | Програмні результати |
|------------|---|
| ПР2 | Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. |
| ПР3 | Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. |
| ПР7 | Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. |
| ПР9 | Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. |
| ПР14 | Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. |

Програма дисципліни

Тема 1. Теоретичні основи бізнес-аналітики

Поняття бізнес-аналітики та бізнес-аналізу. Завдання та етапи бізнес-аналізу: планування і контроль бізнес-аналізу, аналіз підприємства, виявлення вимог, аналіз вимог, комунікації і керування вимогами, оцінка і узгодження рішень. Бізнес-аналітик на підприємстві: роль, професійні навички та інтереси, Обов'язки та завдання бізнес-аналітика, Hard and soft skills для бізнес-аналітика.

Бізнес-аналітика для маркетологів: аналіз ринку, аналіз конкурентів, аналіз поведінки споживачів, аналіз ефективності маркетингових кампаній, прогнозування продажів, візуалізація даних.

Практичне заняття 1

1. Дискусійні питання
2. Ситуаційні завдання

Тема 2. Аналіз конкурентного середовища підприємства

Особливості проведення аналізу будівельної галузі. Інформаційна база дослідження та її зміст. Первинна, вторинна та третинна інформація. Визначення профілю галузі.

Чинники інтенсивності суперництва потенційних конкурентів на ринку. Аналіз імовірності входження в галузь потенційних конкурентів. Економічні можливості постачальників ресурсів і покупців (споживачів) продукції будівельної галузі.

Практичне заняття 2

3. Дискусійні питання
4. Практичні ситуації 1, 2, 3

Тема 3. Оцінювання стратегічного протистояння підприємств – конкурентів

Оцінка конкурентних позицій підприємств. Карта стратегічних груп. Вибір стратегічних змінних. Оцінка результатів побудови. Аналіз найближчих конкурентів; майбутні цілі й поточна стратегія, припущення і можливості.

Оцінка перспектив розвитку галузі. Аналіз можливостей структурних трансформацій.

Практичне заняття 3

1. Дискусійні питання
2. Практичні ситуації 1, 2, 3

Тема 4. Визначення конкурентоспроможності підприємства

Сутність конкурентоспроможності підприємства. Еволюція поглядів щодо джерел конкурентних переваг. Оцінка конкурентоспроможності підприємства за М. Портером. Ринкова конкурентоспроможність.

Конкурентний статус підприємства, його оцінка. Взаємозалежність конкурентних переваг і конкурентного статусу підприємства.

SWOT-аналіз підприємства. Характеристика чинників, що визначають сильні та слабкі сторони підприємства, можливості й загрози.

Порівняльний аналіз конкурентоспроможності підприємств та методичні підходи до оцінки. Інтегральна оцінка конкурентоспроможності: переваги й недоліки.

Практичне заняття 4

1. Дискусійні питання
2. Практичні ситуації 1, 2, 3

Тема 5. Оцінювання конкурентоспроможності продукції підприємства

Конкурентоспроможність продукції: сутність і особливості оцінки. Основні аспекти визначення конкурентоспроможності продукту: корисність, ціна споживання та здатність пропозиції. Особливості оцінки конкурентоспроможності продукції порівняно з конкурентоспроможністю підприємства.

Процедура оцінки конкурентоспроможності промислової будівельної продукції. Склад ціни споживання. Інтегральна оцінка конкурентоспроможності виробу. Зведена оцінка конкурентоспроможності продукції і конкурентоспроможності підприємства. Особливості визначення рангів та зважених оцінок. Обчислення загальних показників та їх аналіз.

Практичне заняття 5

1. Дискусійні питання
2. Практичні ситуації 1, 2, 3

Тема 6. Формування та оцінювання потенціалу підприємства

Методичні підходи до оцінки потенціалу підприємства. Оцінка потенціалу підприємства за окремими різновидами ресурсів (трудовий, капітальний, інформаційний, науковий) та їх поєднань у техніко-технологічних системах виробництва продукції. Метод кращих показників для оцінки наукових інновацій і нововведень.

Гнучкість виробничої системи та її аналіз. Поняття гнучкості виробничої системи та її залежність від ступеня мінливості технології. Стабільна, продуктивна і мінлива технології та їх взаємозв'язок з різноманітністю продукції. Кількісні параметри показника гнучкості.

Оцінка техніко-організаційного рівня стабільного виробництва: методичні підходи до оцінки, показники, методи обчислення. Показники, що характеризують рівень продукції, рівень технології, механізації і автоматизації праці, управління, процедура діагностики.

Практичне заняття 6

1. Дискусійні питання
2. Практичні ситуації 1, 2, 3

Тема 7. Визначення вартості підприємства як цілісного майнового комплексу

Підприємство як майновий комплекс. Основні методичні підходи до ринкової оцінки підприємства як цілісного майнового комплексу, що приносить дохід; їх загальна характеристика.

Визначення вартості підприємства як цілісного майнового комплексу: методи оцінки, характеристика. Метод дисконтованої грошової вартості (Discounted Cash Flow - DCF). Метод порівняння. Метод заміщення витрат. Метод балансової вартості. Метод прибутковості.

Практичне заняття 7

1. Дискусійні питання
2. Практичні ситуації 1, 2, 3

Тема 8. Управлінська діагностика

Сутність управлінської діагностики та організація її проведення. Управлінська діагностика як особлива дослідницька діяльність. Систематизація інформації для дослідження.

Аналіз структури управління та якості управлінських рішень. Ознайомлення з формальною організаційною структурою, визначення її типу. Оцінка відповідності оргструктури стратегії підприємства. Оцінка параметрів: гнучкості, надійності, оперативності, якості рішень.

Основні контрагенти підприємства, оцінка взаємозв'язків. Аналіз зовнішнього середовища підприємства. Екологічні чинники, оцінка їх впливу. Оцінка загальних результатів діяльності підприємства. Загальна ефективність діяльності як ступінь досягнення цілей. Інформаційні технології та оцінка ефективності їх використання.

Практичне заняття 8

1. Дискусійні питання

2. Практичні ситуації 1, 2, 3

Тема 9. Оцінювання економіко-фінансового стану суб'єкта бізнесу

Основні моделі оцінювання економіко-фінансового стану. Deskриптивні, предикативні і нормативні моделі, їх сутність, особливості і сфера використання. Методичні проблеми deskриптивних моделей. Побудова системи аналітичних коефіцієнтів, методика їх обчислення і способи оцінки. Предикативні моделі у прогнозуванні майбутнього економіко-фінансового стану.

Система показників економіко-фінансового стану підприємства. Оцінювання за показниками ліквідності, фінансової стійкості, обіговості, рентабельності.

Інтегрована оцінка економіко-фінансового стану підприємства. Процедури синтезування одиничних та групових показників, способи їх оцінки. Різноманітність підходів до оцінки економіко-фінансового стану з урахуванням специфіки замовника. Використання середньозважених величин з урахуванням їх значимості. Алгоритм порівняльної оцінки результатів господарської діяльності підприємства.

Практичне заняття 9

1. Дискусійні питання
2. Практичні ситуації 1, 2, 3

Тема 10. Формування економічної культури підприємства

Економічна культура підприємства й особливості та методи оцінки. Поняття економічної культури, її складові. Експертний аналіз в оцінці внутрішнього інституціонального середовища підприємства. Виявлення проблем формальних і неформальних відносин, конфліктів. Особливості оцінки продуктивності творчої праці, цінності інтелектуальних продуктів.

Якісний аналіз методів та інструментарію планування, обліку і контролю на підприємстві. Оцінка рівня професіоналізму та кваліфікації провідних спеціалістів служб підприємства, здатності до сприйняття та застосування нових знань. Оцінка системи управлінського обліку та її місця у прийнятті управлінських рішень. Оцінка контролю дій і контролю результатів. Обґрунтованість управлінських рішень, їх оцінка.

Практичне заняття 10

1. Дискусійні питання
2. Практичні ситуації 1, 2, 3

Індивідуальне завдання

1. Визначення етапів проведення аналітичного оцінювання бізнесу.
2. Аналіз аналітичних методів: сфера застосування, переваги та недоліки.
3. Аналіз конкурентного середовища підприємства.
4. Оцінка стратегічних позицій підприємства на ринку.
5. Оцінка привабливості стратегічних зон господарювання підприємства на ринку.
6. Оцінка конкурентного статусу підприємства на ринку.
7. Визначення сильних, слабких сторін діяльності підприємства, загрози, з якими воно може зіштовхнутися та можливості поліпшення його стану.
8. PIMS-аналіз, обрати найбільш доцільну стратегію для підприємства.
9. Оцінка конкурентоспроможності конкретного підприємства.

10. Оцінка конкурентоспроможності окремих видів промислової продукції та побутової техніки
11. Характеристика ринкового потенціалу підприємства.
12. Аналіз збалансованості виробничої програми та її обґрунтування за допомогою виробничої потужності.
13. Оцінка трудового потенціалу підприємства.
14. Потреба підприємства у матеріально-сировинних ресурсах.
15. Оцінка витратності наявного та удосконаленого стану виробничо-господарської діяльності підприємства за визначеними критеріями.
16. Аналіз ринку та конкуренції.
17. Розроблення стратегії розвитку компанії, вивчення ринку та конкурентів, визначення переваг та недоліків компанії в порівнянні з конкурентами.
18. Аналіз змін попиту на продукцію компанії, прогнозування продажів на майбутнє, розроблення маркетингових стратегій для збільшення продажів.
19. Аналіз витрат на виробництво та знаходження шляхів їх зниження, оптимізація процесів виробництва, виявлення ефективних способів використання ресурсів.
20. Аналіз якості продукції та виявлення проблем, вивчення вимог клієнтів до якості продукції та вдосконалення процесів виробництва.
21. Аналіз фінансових показників компанії, вивчення витрат та прибутків, розроблення стратегії збільшення прибутків та зниження витрат.
22. Аналіз поведінки клієнтів та їх потреб, вивчення ринку та його тенденцій, розроблення стратегій залучення та утримання клієнтів.
23. Розрахунок ринкової вартості земельної ділянки за наведеною вихідною інформацією.
24. Діагностика організаційної структури підприємства за наведеними даними.
25. Визначення комплексу заходів щодо поліпшення стану підприємства.
26. Вивчення моделі ефективного управління підприємством на засадах впровадження маркетингового механізму.
27. Аналіз основних показників господарської діяльності підприємства.
28. Аналіз впливу зовнішніх і внутрішніх чинників на фінансово-економічний та техніко-технологічний стан підприємства.
29. Заходи та обґрунтувати перспективи економіко-фінансового оздоровлення підприємства.
30. Формування корпоративної культури підприємства.
31. Дослідження соціально-психологічного клімату у колективі.
32. Аналіз даних про контакти клієнтів з компанією, вивчення поведінки клієнтів на сайті та соціальних мережах, виявлення популярних продуктів та послуг.
33. Аналіз результатів маркетингових кампаній, визначення їх ефективності та розроблення рекомендацій щодо покращення.
34. Аналіз даних про відвідуваність сайту компанії, вивчення поведінки користувачів на сайті, виявлення проблем та покращення їх.
35. Аналіз процесів логістики та пошуку шляхів для оптимізації, виявлення непотрібних витрат та знаходження шляхів для зниження витрат на логістику.

36. Аналіз даних про персонал компанії, вивчення показників ефективності роботи працівників, виявлення проблем та розроблення рекомендацій щодо покращення.
37. Аналіз даних про інвестиції компанії, вивчення ризиків та можливостей для збільшення прибутків від інвестицій.
38. Аналіз даних про стабільність фінансової та економічної діяльності компанії, виявлення факторів, що впливають на стабільність та знаходження шляхів для збереження її.
39. Вивчення ринку будівельних матеріалів та його тенденцій.
40. Розроблення стратегій залучення та утримання клієнтів в період воєнного стану.

Методи контролю та оцінювання знань

Загальне оцінювання здійснюється через вимірювання результатів навчання у формі проміжного (модульного) та підсумкового контролю (екзамен, захист індивідуальної роботи, захист курсової роботи тощо) відповідно до вимог зовнішньої та внутрішньої системи забезпечення якості вищої освіти.

Політика щодо академічної доброчесності

Тексти індивідуальних завдань (в т.ч. у разі, коли вони виконуються у формі презентацій або в інших формах) можуть перевірятись на плагіат. Для цілей захисту індивідуального завдання оригінальність тексту має складати не менше 70%. Виключення становлять випадки зарахування публікацій Здобувачів у матеріалах наукових конференціях та інших наукових збірниках, які вже пройшли перевірку на плагіат.

Списування під час тестування та інших опитувань, які проводяться у письмовій формі, заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). У разі виявлення фактів списування з боку здобувача він отримує інше завдання. У разі повторного виявлення призначається додаткове заняття для проходження тестування.

Політика щодо відвідування

Здобувач, який пропустив аудиторне заняття з поважних причин, має продемонструвати викладачу та надати до деканату факультету документ, який засвідчує ці причини.

За об'єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування, наукова та науково-практична конференція (круглий стіл) тощо) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Методи контролю

Основні форми участі Здобувачів у навчальному процесі, що підлягають поточному контролю: виступ на практичних заняттях; доповнення, опанування до виступу, рецензія на виступ; участь у дискусіях; аналіз першоджерел; письмові завдання (тестові, індивідуальні роботи у формі рефератів); та інші письмові роботи, оформлені відповідно до вимог. Кожна тема курсу, що винесена на лекційні та практичні заняття, відпрацьовується. Здобувачами у тій чи іншій формі, наведеній вище. Обов'язкова присутність на лекційних заняттях, активність впродовж семестру, відвідування/відпрацювання усіх аудиторних занять, виконання інших видів робіт, передбачених навчальним планом з цієї дисципліни.

При оцінюванні рівня знань Здобувача аналізу підлягають:

- характеристики відповіді: цілісність, повнота, логічність, обґрунтованість, правильність;

- якість знань (ступінь засвоєння фактичного матеріалу): осмисленість, глибина, гнучкість, дієвість, системність, узагальненість, міцність;

- ступінь сформованості вміння поєднувати теорію і практику під час розгляду ситуацій, практичних завдань;

- рівень володіння розумовими операціями: вміння аналізувати, синтезувати, порівнювати, абстрагувати, узагальнювати, робити висновки з проблем, що розглядаються;

- досвід творчої діяльності: вміння виявляти проблеми, розв'язувати їх, формувати гіпотези;

- самостійна робота: робота з навчально-методичною, науковою, допоміжною вітчизняною та зарубіжною літературою з питань, що розглядаються, вміння отримувати інформацію з різноманітних джерел (традиційних; спеціальних періодичних видань, ЗМІ, Internet тощо).

Тестове опитування може проводитись за одним або кількома змістовими модулями. В останньому випадку бали, які нараховуються Здобувачу за відповіді на тестові питання, поділяються між змістовими модулями.

Індивідуальне завдання підлягає захисту Здобувачем на заняттях, які призначаються додатково.

Індивідуальне завдання може бути виконане у різних формах. Зокрема, Здобувачі можуть зробити його у вигляді реферату. Реферат повинен мати обсяг від 18 до 24 сторінок А4 тексту (кегель Times New Roman, шрифт 14, інтервал 1,5), включати план, структуру основної частини тексту відповідно до плану, висновки і список літератури, складений відповідно до ДСТУ 8302:2015. В рефераті можна також помістити словник базових понять до теми. Водночас індивідуальне завдання може бути виконане в інших формах, наприклад, у вигляді дидактичного проекту, у формі презентації у форматі Power Point. В цьому разі обсяг роботи визначається індивідуально – залежно від теми.

Література, що рекомендується для виконання індивідуального завдання, наведена у цій робочій програмі, а в електронному вигляді вона розміщена на Освітньому сайті КНУБА, на сторінці кафедри.

Також як виконання індивідуального завдання за рішенням викладача може бути зарахована участь Здобувача у міжнародній або всеукраїнській науково-практичній конференції з публікацією у матеріалах конференції тез виступу (доповіді) на одну з тем, дотичних до змісту дисципліни, або публікація статті на одну з таких тем в інших наукових виданнях.

Текст індивідуального завдання подається викладачу не пізніше, ніж за 2 тижні до початку залікової сесії. Викладач має право вимагати від Здобувача доопрацювання індивідуального завдання, якщо воно не відповідає встановленим вимогам.

Результати поточного контролю заносяться до журналу обліку роботи. Позитивна оцінка поточної успішності Здобувачів за відсутності пропущених та невідпрацьованих практичних занять та позитивні оцінки за індивідуальну роботу є підставою для допуску до підсумкової форми контролю. Бали за аудиторну роботу відпрацьовуються у разі пропусків.

Підсумковий контроль здійснюється під час проведення залікової сесії з урахуванням підсумків поточного та модульного контролю. Під час семестрового

контролю враховуються результати здачі усіх видів навчальної роботи згідно зі структурою кредитів.

Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою.

Розподіл балів для дисципліни з формою контролю

| Поточне оцінювання | | Інд. робота | Екзамен | Сума балів |
|--------------------|----|-------------|---------|------------|
| Змістові модулі | | | | |
| 1 | 2 | | | |
| 20 | 20 | 30 | 30 | 100 |

Шкала оцінювання індивідуальної роботи

| Оцінка за національною шкалою | Кількість балів | Критерії |
|-------------------------------|-----------------|--|
| відмінно | 30 | відмінне виконання (розкриття теми, посилання та цитування сучасних наукових джерел (не старше 2017 року), дотримання норм доброчесності) |
| | 25 | відмінне виконання з незначною кількістю помилок виконання (розкриття теми, посилання та цитування сучасних наукових джерел (більшість з яких не старше 2017 року), дотримання норм доброчесності) |
| добре | 22 | виконання вище середнього рівня з кількома помилками (розкриття теми в межах об'єкту та завдань роботи, посилання та цитування сучасних наукових джерел (серед яких є такі, що не старше 2017 року), дотримання норм доброчесності) |
| | 20 | виконання з певною кількістю помилок (розкриття теми в межах об'єкту та завдань роботи, наявність посилань та цитувань наукових джерел, дотримання норм доброчесності) |
| задовільно | 18 | виконання роботи задовольняє мінімальним критеріям помилок (розкриття теми в основному в межах об'єкту роботи, наявність концептуального апарату роботи, присутність не менше 5 посилань та цитувань наукових джерел, дотримання норм доброчесності) |

Шкала оцінювання: національна та ECTS

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою |
|--|-------------|---|
| 90 – 100 | A | Зараховано |
| 82-89 | B | |
| 74-81 | C | |
| 64-73 | D | |
| 60-63 | E | |
| 35-59 | FX | Не зараховано з можливістю повторного складання |
| <u>0-34</u> | F | Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |

Умови допуску до підсумкового контролю

Здобувачу, який має підсумкову оцінку за дисципліну від 35 до 59 балів, призначається додаткова залікова сесія. В цьому разі він повинен виконати додаткові завдання, визначені викладачем.

Здобувач, який не виконав вимог робочої програми по змістових модулях, не допускається до складання підсумкового контролю. В цьому разі він повинен виконати визначене викладачем додаткове завдання по змісту відповідних змістових модулів в період між основною та додатковою сесіями.

Здобувач має право на опротестування результатів контролю (апеляцію). Правила подання та розгляду апеляції визначені внутрішніми документами КНУБА, які розміщені на сайті КНУБА та зміст яких доводиться Здобувачам до початку вивчення дисципліни.

Методичне забезпечення дисципліни

Навчальні посібники:

1. Ватаманюк О. Бізнес-економіка: навчальний посібник / Остап Ватаманюк Львів: Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка, 2018. – 326 с.
2. Бізнес-планування: навч. посіб. / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І. Блонська, Р. Л. Лупак. – К.: Знання, 2019. – 173 с.
3. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства: навчальний посібник. – К.: Каравела, 2021.-432 с.

Методичні роботи:

Бізнес-аналітика: методичні рекомендації до практичних занять / уклад. О.В. Романенко - Київ: КНУБА, 2022. - 20с.

Бізнес-аналітика: методичні рекомендації до самостійної роботи студента / уклад. О.В. Романенко - Київ: КНУБА, 2022. - 16с.

<http://org2.knuba.edu.ua/>

Інформаційні ресурси:

1. zakon.rada.gov.ua
2. ukrstat.gov.ua
3. library.knuba.edu.ua
4. kmu.gov.ua
5. minfm.gov.ua
6. www.ama.gov
7. www.marketingtools
8. www.topping.com.ua
9. www.infokes.com
10. <http://library.knuba.edu.ua> <http://library.knuba.edu.ua>