

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ:

В.о. декана ФЕУ
Андрій КОЦУР

“ 16 ”

2023 р.



ЗАТВЕРДЖУЮ:

В.о. проректора з науково-педагогічної
роботи

Віктор ОСТРОВЕРКОВ

“ 16 ”

2023 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни

«Аналіз бізнес-моделей та ринкової поведінки»

Ступінь вищої освіти – магістр

Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Спеціальність: 051 «Економіка»

Освітньо-наукова програма «Аналітична економіка»

кафедра економіки та економічної теорії

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практичні (год.)	ІРС (год.)	Тренінг, КПЗ (год.)	СРС (год.)	Разом (год.)	Залік (семестр)
Денна	1	II	30	30	6	8	76	150	II

6.10.2023
[Signature]

Тернопіль – ЗУНУ
2023

Робочу програму склала канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та економічної теорії Оксана Ярославівна Лотиш



Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки та економічної теорії, протокол № 2 від «5» 10 2023 р.

Завідувач кафедри, д-р екон. наук, проф.



Віктор КОЗІЮК

Розглянуто і схвалено на засіданні групи забезпечення спеціальності «Економіка», протокол № 3 від «6» 10 2023 р.

Голова групи забезпечення спеціальності д-р екон. наук, проф.



Віктор КОЗІЮК

Гарант ОНП «Аналітична економіка» д-р. екон. наук, проф.



Віктор КОЗІЮК

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Аналіз бізнес-моделей та ринкової поведінки»

1. Опис дисципліни «Аналіз бізнес-моделей та ринкової поведінки»

Дисципліна «Аналіз бізнес-моделей та ринкової поведінки»	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 5	Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки	Статус дисципліни: вибіркова
Кількість залікових модулів – 3	Спеціальність: 051 Економіка	Рік підготовки: Денна – I Семестр: Денна – II
Кількість змістових модулів – 2	Освітньо-наукова програма «Аналітична економіка»	Лекції: Денна – 30 год. Практичні заняття: Денна – 30 год.
Загальна кількість годин – 150	Ступінь вищої освіти – магістр	Самостійна робота: Денна – 76 год. (в т.ч. тренінг, КПЗ – 8 год.) Індивідуальна робота: Денна – 6 год.
Тижневих годин – 8 год., з них аудиторних – 4 год.		Вид підсумкового контролю залік

2. Мета і завдання дисципліни «Аналіз бізнес-моделей та ринкової поведінки»

2.1. Мета вивчення дисципліни.

Метою навчальної дисципліни є розуміння майбутніми фахівцями концептуальних основ, засвоєння знань з використанням інструментів вибору і аналізу бізнес-моделей та поведінки фірми на ринку, розкриття потенціалу бізнес-моделей в економічному середовищі з метою обґрунтування стратегічних рішень.

2.2. Завдання вивчення дисципліни: розвиток та поглиблення аналітичних та практичних здібностей студентів при аналізі економічної інформації; набуття навичок аналізу існуючих бізнес-моделей та їх використання для стратегічної оцінки ринкової поведінки фірми у конкурентному середовищі.

2.3. В результаті вивчення дисципліни студенти повинні *знати*:

- структуру, типи бізнес-моделей та інструменти і методи розробки бізнес-моделей;

- науковий, аналітичний, методичний інструментарій для аналізу ринкової поведінки економічних суб'єктів та пов'язаних з цим бізнес-моделей;

- обирати та використовувати оптимальний економічний механізм при аналізі та обробці статистичних даних, науково-аналітичних матеріалів, які необхідні для розв'язання комплексних економічних проблем, робити на їх основі обґрунтовані висновки;

- критерії вибору бізнес-моделей та виявляти недоліки в управлінні бізнес-моделлю;

- методи аналізу для виявлення тенденцій у зміні ринкової поведінки бізнес моделі та інтерпретувати одержані результати;

- напрямки впливу глобалізації на ринкову поведінку бізнес-моделі;

2.4. В результаті вивчення дисципліни студенти повинні *вміти*:

- ідентифікувати бізнес-моделі та проводити структурування бізнес-моделі;

- виявляти фактори впливу на розробку і вибір перспективної бізнес-моделі;

- оцінювати й аналізувати існуючі бізнес-моделі компанії;

- виявляти чинники макро- та мікросередовища щодо умов стратегічної ринкової поведінки фірми;

- аналізувати та практично використовувати однофакторні та багатфакторні моделі ринкової поведінки.

3. Програма навчальної дисципліни «Аналіз бізнес-моделей та ринкової поведінки»

Змістовий модуль 1

Теоретико-методичні основи аналізу бізнес-моделей та ринкової поведінки

Тема 1. Бізнес-моделі як інструмент коригування стратегічних позицій підприємства

Передумови виникнення бізнес-моделей. Еволюція бізнес-моделей підприємства. Етапи формування бізнес-моделі.

Компоненти бізнес-моделі підприємства. Принципи, завдання та функції бізнес-моделі підприємства на конкурентних ринках.

Бізнес-моделі як інструмент коригування стратегічних позицій підприємства. Рівні стратегічної архітектури компанії. Середовище функціонування бізнес-моделі. Мікросередовище бізнес-моделі: система організації бізнесу, стратегія бізнесу, інформаційно-комунікативні технології. Макросередовище бізнес-моделі: пріоритети споживачів, технологічні зміни, конкуренція, правове поле, соціально-культурне середовище.

Література: 1-6.

Тема 2. Структура та типи бізнес-моделей

Структура бізнес-моделі. Поняття бізнес-процес та бізнес-операція. Класифікація бізнес-моделей. Традиційна та ринкова бізнес-моделі: модель «від виробництва» та модель «від клієнта». Функціональні бізнес-моделі: інформаційні, ресурсні, бюджетні, процесні, матричні, компетентні.

Бізнес-моделі, пов'язані із обсягом інвестицій і ступенем відкритості (за Г. Чесбро): недиференційовані, диференційовані, сегментовані, зовні орієнтовані, інтегровані з інноваціями, адаптивні.

Класифікація сучасних бізнес-моделей за А. Остервальдом і І. Пенье (поділ бізнес-моделей, «довгий хвіст», багатопрофільні моделі, free як бізнес-модель, відкриті бізнес-моделі).

Класифікаційна матриця бізнес-моделей за Пітером Вейлом.

Література: 1-6.

Тема 3. Методи та інструменти аналізу бізнес-моделей підприємства

Методи аналізу бізнес-моделі підприємства. Динамічний, порівняльний та структурний аналіз бізнес-моделей підприємства.

Комплексна схема для розробки бізнес-моделі. Канва бізнес-моделі. Матриця системних характеристик бізнес-моделі та 7 основних елементів. Концептуальна схема бізнес-моделі А.Ю.Соолятте.

Бізнес-модель підприємства як потенційний генератор грошових потоків, що впливає на ринкову вартість компанії. Система показників для динамічного аналізу бізнес-моделі. 12-ти факторна модель ROE (рентабельність власного капіталу). Оцінка бізнес-моделі підприємства. Графічне представлення бізнес-моделі. Побудова ерцгами бізнес-моделі підприємства.

Література: 1-6.

Тема 4. Інноваційні бізнес-моделі як інструмент стратегічного розвитку підприємства

Інноваційна бізнес-модель: суть, необхідність розробки та компоненти. Напрямки реалізації інновацій у бізнес-моделі: стратегічне перепроектування компанії, трансформація галузі або зміна меж бізнесу.

Вплив стратегічних рішень, пов'язаних з інтеграцією і диверсифікацією бізнесу, виходом на нові ринки і розвитком аутсорсингу, інжинірингу, страхування на формування інноваційної бізнес-моделі.

Кругові (циркулярні) бізнес-моделі в економіці. Сфери виникнення циркулярних бізнес-моделей: рухливі ринки (liquidmarkets) і спільне використання продуктів; пов'язані ланцюжки створення цінності (linkedvaluechains, залежні виробничо-збутові ланцюжки); довгі життєві цикли (longerlifecycles); довговічні ресурси (lastingresources).

Література: 1-6.

Змістовий модуль 2

Оцінка ефективності функціонування бізнес-моделі фірми та її ринкової поведінки

Тема 5. Синергізм у бізнес-моделюванні

Економічна характеристика і значення синергізму в бізнес-моделюванні. Типи синергізму. Джерела виникнення синергічного ефекту в бізнес-моделюванні. Оцінювання ефективності синергізму.

Стратегічні альянси як сучасні бізнес-моделі компанії. Особливості формування бізнес-моделі стратегічного альянсу. Бізнес-модель стратегічного альянсу Роберта Уоллеса.

Злиття та поглинання (M&A) компаній як спосіб розвитку моделей їхнього бізнесу. Піраміда створення нової бізнес-моделі за результатами угоди M&A.

Література: 1-6.

Тема 6. Життєвий цикл бізнес-моделі підприємства

Взаємозв'язок життєвого циклу підприємства з функціонуючою бізнес-моделлю. Стратегічний вимір у моделі життєвого циклу за McKinsey. Характеристика стратегічного та фінансового вимірів життєвого циклу McKinsey.

Особливості етапів життєвого циклу бізнес-моделі фірми: вплив руху капіталу. Визначення етапу життєвого циклу бізнес-моделі компанії за стадіями руху капіталу. Коефіцієнт економічної потужності бізнес-моделі фірми: методика та критерії. Фінансовий підхід для визначення життєвого циклу бізнес-моделі.

Трансформація бізнес-моделі фірми: реакція на зміну зовнішніх умов і векторів використання внутрішнього бізнес-потенціалу для залучення капіталу. Особливості трансформації бізнес-моделі в контексті фінансових і стратегічних параметрів. Побудова кривої трансформації бізнес-моделі фірми.

Література: 1-6.

Тема 7. Оцінювання ефективності бізнес-моделі фірми

Концепція «стратегічного вимірювання» в бізнес-моделюванні. Відмінність між фінансово-економічною оцінкою діяльності підприємства та стратегічним вимірюванням конкурентоспроможності його бізнес-моделі.

Система показників відповідальності (ASC – AccountabilityScorecard): суть та процес оцінювання бізнес-моделі за системою показників ASC. Піраміда результативності: рівні піраміди та взаємозв'язок між структурними складовими. Характеристика основних систем оцінки за концепцією «performancemeasurement»

Сучасні методи вартісного оцінювання бізнес-моделі компанії. Концепція управління, орієнтована на вартість (VBM – ValueBasedManagement).

Література: 1-6.

Тема 8. Виклики у формуванні бізнес-моделей у воєнний та післявоєнний період

Втрати українського бізнесу та зміна рельєфу галузі під час війни(закриття та руйнування торговельної інфраструктури; падіння показників діяльності; географічний, сегментний та асортиментний перерозподіл галузі).

Логістична інфраструктура бізнесу: нова реальність(вплив воєнних дій на логістичні ланцюжки постачання споживчих товарів, напрями її переформатування).

Бізнес в умовах війни: off-line та on-line формати(реагування різних форматів бізнесу на нові виклики; «больові точки» і драйвери offline та online торгівлі).

Продовольча безпека: чи загрожує війна дефіцитом продуктів в Україні?(як війна змінила ринок продуктів в Україні; формування стратегічного запасу продуктів в Україні; посівна в умовах війни).

Репутаційні ризики бізнесу в умовах війни: соціально-етична відповідальність під час війни. Основні вектори відновлення та розвитку бізнесу у післявоєнний період(відновлення: організаційна та фінансова складова, коригування бізнес-моделі, створення нової ціннісної пропозиції на ринку).

Література: 1-6.

**4. Структура залікового кредиту з дисципліни
«Аналіз бізнес-моделей та ринкової поведінки»
(денна форма навчання)**

Теми курсу	Кількість годин					
	Лекції	Практичні заняття	СРС	ІРС	Тренінг, КПЗ	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні основи аналізу бізнес-моделей та ринкової поведінки						
Тема 1. Бізнес-моделі як інструмент коригування стратегічних позицій підприємства	4	4	10	3	4	Тести, завдання
Тема 2. Структура та типи бізнес-моделей	4	4	10			Тести, завдання
Тема 3. Методи та інструменти аналізу бізнес-моделей підприємства	4	4	8			Тести, аналітичні завдання
Тема 4. Інноваційні бізнес-моделі як інструмент стратегічного розвитку підприємства	6	6	10			Тести, завдання, кейси
Змістовий модуль 2. Оцінка ефективності функціонування бізнес-моделі фірми та її ринкової поведінки						
Тема 5. Синергізм у бізнес-моделюванні	2	2	10	3	4	Тести, завдання, кейси
Тема 6. Життєвий цикл бізнес-моделі підприємства	4	4	8			Тести, завдання, кейси
Тема 7. Оцінювання ефективності бізнес-моделі фірми	4	4	10			Тести, завдання, кейси
Тема 8. Виклики у формуванні бізнес-моделей у воєнний та післявоєнний період	2	2	10			Тести, завдання, кейси
ВСЬОГО	30	30	76	6	8	

5. Тематика практичних завдань

Практичне заняття №1

Тема: Бізнес-моделі як інструмент коригування стратегічних позицій підприємства

Мета: охарактеризувати етапи розвитку бізнес-моделей, розкрити основні компоненти та середовище функціонування бізнес-моделі.

Питання для обговорення:

1. Передумови виникнення бізнес-моделей. Еволюція бізнес-моделей підприємства. Етапи формування бізнес-моделі.
2. Компоненти бізнес-моделі підприємства. Принципи, завдання та функції бізнес-моделі підприємства на конкурентних ринках.
3. Бізнес-моделі як інструмент коригування стратегічних позицій підприємства.

Література: 1-6.

Практичне заняття №2

Тема: Структура та типи бізнес-моделей

Мета: охарактеризувати структуру та основні види бізнес-моделей.

Питання для обговорення:

1. Структура бізнес-моделі. Поняття бізнес-процес та бізнес-операція.
2. Класифікація бізнес-моделей.
3. Класифікаційна матриця бізнес-моделей за Пітером Вейлом.

Література: 1-6.

Практичне заняття №3

Тема: Методи та інструменти аналізу бізнес-моделей підприємства

Мета: дослідити методи аналізу бізнес-моделей, розкрити основні елементи, що становлять канву бізнес-моделі.

Питання для обговорення:

1. Методи аналізу бізнес-моделі підприємства. Динамічний, порівняльний та структурний аналіз бізнес-моделей підприємства.
2. Комплексна схема для розробки бізнес-моделі. Канва бізнес-моделі.
3. Бізнес-модель підприємства як потенційний генератор грошових потоків, що впливає на ринкову вартість компанії.

Література: 1-14.

Практичне заняття №4

Тема: Інноваційні бізнес-моделі як інструмент стратегічного розвитку підприємства

Мета: розкрити необхідність розробки інноваційних бізнес-моделей, їхні види та сфери застосування.

Питання для обговорення:

1. Інноваційна бізнес-модель: суть, необхідність розробки та компоненти. Напрямки реалізації інновацій у бізнес-моделі.

2. Вплив стратегічних рішення, пов'язаних з інтеграцією і диверсифікацією бізнесу, виходом на нові ринки і розвитком аутсорсингу, інжинірингу, страхування на формування інноваційної бізнес-моделі.

3. Кругові (циркулярні) бізнес-моделі в економіці.

Література: 1-14.

Практичне заняття №5

Тема: Синергізм у бізнес-моделюванні

Мета: розкрити значення синергізму в бізнес-моделюванні та особливості формування синергічних бізнес-моделей

Питання для обговорення:

1. Економічна характеристика і значення синергізму в бізнес-моделюванні. Типи синергізму.

2. Стратегічні альянси як сучасні бізнес-моделі компанії. Особливості формування бізнес-моделі стратегічного альянсу. Бізнес-модель стратегічного альянсу Роберта Уоллеса.

3. Злиття та поглинання (M&A) компаній як спосіб розвитку моделей їхнього бізнесу. Піраміда створення нової бізнес-моделі за результатами угоди M&A.

Література: 1-14.

Практичне заняття №6

Тема: Життєвий цикл бізнес-моделі підприємства

Мета: визначити вплив життєвого циклу функціонування фірми на формування бізнес-моделі.

Питання для обговорення:

1. Взаємозв'язок життєвого циклу підприємства з функціонуючою бізнес-моделлю.

2. Особливості етапів життєвого циклу бізнес-моделі фірми: вплив руху капіталу. Визначення етапу життєвого циклу бізнес-моделі компанії за стадіями руху капіталу.

3. Трансформація бізнес-моделі фірми: реакція на зміну зовнішніх умов і векторів використання внутрішнього бізнес-потенціалу для залучення капіталу.

Література: 1-14.

Практичне заняття №7

Тема: Оцінювання ефективності бізнес-моделі фірми

Мета: вміти оцінювати ефективність бізнес-моделі за фінансовими показниками діяльності фірми.

Питання для обговорення:

1. Концепція «стратегічного вимірювання» в бізнес-моделюванні.

2. Система показників відповідальності (ASC – AccountabilityScorecard): суть та процес оцінювання бізнес-моделі за системою показників ASC.

3. Сучасні методи вартісного оцінювання бізнес-моделі компанії. Концепція управління, орієнтованого на вартість (VBM – ValueBasedManagement).

Література: 1-14.

Практичне заняття №8

Тема: Виклики у формуванні бізнес-моделей у воєнний та післявоєнний період

Мета: охарактеризувати виклики у формуванні бізнес-моделей в українському бізнесі та напрямки подолання негативних наслідків на бізнес-середовище.

Питання для обговорення:

1. Втрати українського бізнесу та зміна рельєфу галузі під час війни(закриття та руйнування торговельної інфраструктури; падіння показників діяльності; географічний, сегментний та асортиментний перерозподіл галузі).

2. Бізнес в умовах війни: off-line та on-line формати(реагування різних форматів бізнесу на нові виклики; «больові точки» і драйвери offline та online торгівлі).

3. Репутаційні ризики бізнесу в умовах війни. Основні вектори відновлення та розвитку бізнесу у післявоєнний період(організаційна та фінансова складова, коригування бізнес-моделі, створення нової ціннісної пропозиції на ринку).

Література: 1-14.

6. Комплексне практичне індивідуальне завдання

Комплексне практичне індивідуальне завдання (КПЗ) з дисципліни передбачає розробку бізнес-моделі з метою інформаційної підтримки майбутніх підприємців у виборі ідей для започаткування бізнесу.

Під час вибору бізнес-ідей необхідно врахувати наступні критерії:

- бізнес має бути представлено в реальному секторі економіки;
- стартовий капітал, необхідний для започаткування діяльності не повинен перевищувати 500 тис грн.;
- термін для запуску бізнесу не більше 6 місяців.

Для визначення ринкових сегментів необхідно проаналізувати наявну структуру розвитку малого і середнього бізнесу в обраних регіонах. Для зручності та наочності представлення результатів використовувати канву бізнес-моделі. Такий формат дозволяє ознайомитися з основними елементами потенційної бізнес-ідеї та у найкоротші терміни, застосовуючи готовий приклад, вдосконалити існуючу або розробити власну модель бізнесу. При цьому ініціатор бізнесу має врахувати особливості локального ринку та можливості для його освоєння.

Під час підготовки варто звернути увагу на всі дев'ять секторів бізнес-моделей: сегмент споживачів, канали збуту, відносини з клієнтами, ціннісну пропозицію, ключову діяльність, партнерство, ключові ресурси, структуру витрат та доходів. Деталізована бізнес-модель може стати основою в процесі розроблення бізнес-плану для отримання донорського чи кредитного фінансування.

7. Самостійна робота

№ з/п	Тематика	К-сть годин
Тема 1		
1	Особливості моделювання бізнес-процесів.	4
2	Порівняльна характеристика бізнес-моделей видатних корпорацій.	4
Тема 2		
3	Порівняння підходів до бізнес-моделювання Джонсона, Крістенсена і Кагерман.	4
4	Особливості підходу до бізнес-моделювання А. Остервальдера і І.Піньє.	4
Тема 3		
5	Концептуальна схема бізнес-моделі А.Ю. Соолятте.	5
6	Порівняльна характеристика: «Школа аналітиків, зайнятих діагностикою банкрутства» (Distress Predictors School) та «Школа учасників фондового ринку» (Capital Marketers School).	5
Тема 4		
7	Аналіз причин появи нових бізнес-моделей.	5
8	Інноваційні стратегії зростання.	5
Тема 5		
9	Показники ефективності стратегічної ринкової поведінки.	5
10	ФВА: недоліки та переваги	5
Тема 6		
11	Порівняльний аналіз інноваційного стартапу і традиційного бізнесу	5
12	Схема моделі інноваційного бізнесу по Слівотські-Моррісону	5
Тема 7		
13	Ієрархія та типи стратегій міжнародних корпорацій	5
14	Особливості функціонально-факторного аналізу бізнес-моделі.	5
Тема 8		
15	Аналіз репутаційних ризиків В Україні під час війни.	5
16	Бізнес в умовах війни: виклики та перспективи.	5
	Всього	76

8.Тренінг з дисципліни

1. Вступна частина проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового заняття.

2. Організаційна частина полягає у створенні робочого настрою в колективі студентів, визначення правил проведення тренінгу. Можлива наявність інформаційно-цифрового матеріалу у вигляді таблиць, бланків документів.

3. Практична частина шляхом виконання завдань у групах студентів у кількості 3-5 осіб з певних проблемних питань теми тренінгу.

4. Підведення підсумків. Обговорюються результати виконаних завдань у групах, обмін думками, з питань, які виносились на тренінгові заняття.

Теоретична частина. Запропонований тренінг охоплює ситуаційні завдання, що висвітлюють практичне використання бізнес-моделей у конкурентному середовищі.

Практична частина. передбачає брифінг на тему: Startup – перспектива чи провал бізнесу? Студентам необхідно розділитися на групи (аналітичні підрозділи), завданням яких є формування аналітичних записок.

Студенти повинні навчитися підприємницькому мисленню, вивчаючи різні підходи, отримуючи різні компетенції, розширюючи свої горизонти та тренуючи свої соціальні навички. Необхідним є розуміння, що презентація Startup має відповідати на низку запитань:

«що?» – про продукт, сайт чи додаток, який презентується. В презентації варто виокремити під це не більше 2 слайдів, інакше губиться концентрація, і журі при перегляді великої кількості проектів розмиває увагу;

«навіщо?» – для чого запускається проект і що зміниться у світі, Україні чи в певному сегменті суспільства від роботи проекту;

«для кого?» – вміти визначити цільову аудиторію та не забувати, що хоча б частина її має бути платоспроможною (навіть якщо йдеться про виключно соціально спрямований проект);

«навіщо шукаєте гроші?» – не забувати, для чого прийшли на конкурс, для чого шукаєте фінансування, які можливості та параметри плануються розширити чи доповнити за рахунок залучення коштів в рамках певної програми чи аналогічних програм підтримки;

«як проект буде заробляти?» – після завершення співпраці з інвесторами чи завершення гранту, як проект буде «жити» та забезпечувати себе надалі.

9. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни застосовуються наступні методи навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- аналітичні завдання;
- залікові модульні тестування та опитування;
- кейси;
- розрахункові та розрахунково-графічні роботи;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів тренінгу та КПЗу;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- залік.

10. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни визначають як середньозважену величину залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3
30%	40%	30%
1. Опитування під час заняття (Теми 1-4 по 10 балів) – 40 балів 2. Письмова робота – 60 балів	1. Опитування під час занять (Теми 5-8 по 10 балів) – 40 балів. 2. Письмова робота – 60 балів	1. Участь у тренінгу – 20 балів. 2. Написання та захист КПЗ – 80 балів.

Шкала оцінювання

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90 – 100	«Відмінно»	«A» (Відмінно)
85 – 89	«Добре»	«B» (Дуже добре)
75 – 84		«C» (Добре)
65 – 74	«Задовільно»	«D» (Задовільно)
60 – 64		«E» (Достатньо)
35 – 59	«Незадовільно»	«FX» (Незадовільно з можливістю перескладання)
1 – 34		«F» (Незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1.	Мультимедійний проектор	1-8
2.	Прикладне програмне забезпечення загального призначення (засоби Microsoft Office)	1-8
3.	Наявність доступу до мережі Інтернет	1-8
4.	Комунікаційна навчальна платформа (Moodle) для організації дистанційного навчання (за необхідності)	1-8

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Левковець О. М. Інноваційні бізнес-моделі: особливості формування / Економічна теорія та право. № 2 (37) 2019. с. 172-182.

2. Миценко І. М., Хаджинов І. В. Концепції кругових бізнес-моделей ключових європейських компаній / Економіка і організація управління № 1 (45) 2022. с. 25-38.

3. Омельченко А. І., Ченуша О. С. Інноваційні бізнес-моделі як інструмент стратегічного розвитку підприємства / «Економічний вісник НТУУ Київський політехнічний інститут» № 21, 2022. с. 52-55.

4. Прохорова В. В. Бізнес-моделі як інструмент коригування стратегічних позицій підприємств на конкурентних ринках / Проблеми економіки № 2 (44), 2020. с. 274-280.

5. Роженко О. В. Формування бізнес-моделі підприємства: конспект лекцій для студентів ступеня «бакалавр» / М-во освіти і науки України, Донець.

нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, кафедра підприємництва і торгівлі. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2018. 83 с.

6. Сучасні моделі бізнесу. Методичні вказівки до вивчення курсу для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Менеджмент» спеціальності 073 «Менеджмент» Укладач В.М.Журавльов Кропивницький: ЦНТУ, 2020. с. 110.

7. Офіційний сайт Державного комітету статистики URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

8. Державна система розкриття інформації про емітенти цінних паперів URL: <http://www.smida.gov.ua/emitents>

9. База даних компаній України URL: <http://www.kompass.ua>

10. Портал української промисловості URL: <http://www.minprom.com.ua>

11. База даних металургійної промисловості України URL: <http://www.prometal.com.ua>

12. База даних про акціонерні товариства України URL: <http://www.istock.com.ua>

13. Звіти емітентів цінних паперів України URL: <http://www.tables.finance.com.ua>

14. Звіти емітентів цінних паперів на сайті Державної комісії з цінних паперів і фондовому ринку URL: <http://www.eds.ssmc.gov.ua>