

Опис навчальної дисципліни вільного вибору

Дисципліна	Вибіркова дисципліна 9 «Бізнес-планування і фандрайзинг»
Рівень ВО	перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 «Маркетинг»/Маркетинг
Форма навчання	денна
Курс, семестр, протяжність	4 (7 семестр), 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 30 год, практ. – 24 год
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	підприємництва і маркетингу
Автор дисципліни	Кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва і маркетингу Бортнік Світлана Миколаївна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу, менеджменту, маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики, маркетингу послуг та маркетингової політики розподілу і збуту.
Що буде вивчатися	Вивчення теоретичних засад бізнес-планування діяльності підприємств та набуття практичних навичок щодо розробки бізнес планів та оцінювання ефективності підприємницьких проектів. Вивчається маркетингове та виробниче обґрунтування проекту та організаційний та фінансовий план проекту.
Чому це цікаво/треба вивчати	Бізнес-планування та фандрайзинг розглядають як науку і мистецтво систематичної роботи з різноманітними джерелами фінансування по збору коштів та залученню ресурсів для забезпечення фінансування некомерційних організацій, виконання благодійних акцій, підтримки іншої некомерційної діяльності або фінансування діяльності індивідуальних осіб, які ведуть значущі дослідження або навчаються за соціально значимими спеціальностями.

Чому можна навчитися (результати навчання)	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). Здатність працювати в міжнародному контексті.
Інформаційне забезпечення та/або web-покликання	Використання інформаційного пакету навчально-методичних матеріалів в системі управління навчанням Moodle ВНУ імені Лесі Українки та авторських розробок
Здійснити вибір	<u>«ПС-Журнал успішності-Web»</u>