



Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

“Затверджено”
Заступник ректора
Проф. І.П.Гладкий

“___” _____ 2011 р.

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

з дисципліни: **«Формування бізнес-моделі підприємства»**
(за вимогами кредитно-модульної системи)

Харків 2011

Робоча програма складена к.е.н., доцентом кафедри економіки підприємства Касатоною І.А. на основі освітньо-професійної програми для галузі знань 0305 «Економіка і підприємництво» та навчального плану за напрямом 6.030504 «Економіка підприємства».

Рецензент

доцент кафедри економіки підприємства
кандидат економічних наук, доцент

В.В. Блага

Робоча навчальна програма розглянута на засіданні кафедри економіки підприємства (протокол № __ від «__» _____ 2011 р.)

Завідувач кафедрою
економіки підприємства, д.е.н., проф.

І.А. Дмитрієв

Схвалено Радою (методичною комісією) ФУБ
Протокол № __ від " __ " _____ 2011р.
Голова Ради (методичної комісії)
факультету управління та бізнесу, д.е.н., проф.

І.А. Дмитрієв

«УЗГОДЖЕНО»
Зав. випускової кафедри, д.е.н., проф.

І.А. Дмитрієв

“ __ ” _____ 2011 р.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(системний змістовий модуль)

1. Опис навчальної дисципліни
«Формування бізнес-моделі підприємства»

Характеристика обсягів підготовки	Характеристика лекційного потоку	Характеристика навчального процесу
<p>Загальний обсяг – 2 кредити Усього годин –72 год. Усього змістових модулів – 12. Усього блоків змістових модулів – 2. Усього залікових модулів – 2. Один змістовий модуль – 4-8 год. Один заліковий модуль – 36 год. Усього аудиторних годин на тиждень – 2 (лекцій – 1 год., практичних занять – 1 год.).</p>	<p>Спеціальність – «Економіка підприємства». Галузь знань – «Економіка та підприємництво». Освітньо-кваліфікаційний рівень – 7.03050401, спеціаліст. Кількість навчальних груп у потоці – 3. Лектор, відповідальний за курс – к.е.н. Касатонova Інна Анатоліївна</p>	<p>Навчальна дисципліна – нормативна Рік підготовки – 5. Семестр навчання –9. Кількість годин: лекцій – 24, практичних занять –24, самостійних робіт студентів (СРС) – 24. Поточний контроль (види контролю: модульні тестові роботи) Підсумковий контроль (вид контролю): 9-й семестр - інтегрований залік</p>

2. Організаційно-методичні положення

Навчальна дисципліна «Формування бізнес-моделі підприємства» належить до циклу нормативних дисциплін природничо-наукової та загальноекономічної підготовки фахівців спеціальності «Економіка підприємства».

Мета викладання дисципліни полягає у підготовці фахівців до виконання професійних обов'язків в галузі бізнес-моделювання.

Предметом навчальної дисципліни є закономірності, принципи бізнес-моделювання.

Згідно мети завдання дисципліни полягають у формуванні знань, вмінь та уявлень про теоретичні положення у сфері бізнес-моделювання.

Після вивчення дисципліни майбутній фахівець повинен:

знати: історію бізнес-моделювання; сутність та основні категорії, методичні засади бізнес-моделювання; сутність та зміст поняття «бізнес-модель» і її загальну структуру; зміст і структуру функціональної, організаційної, інформаційної моделей підприємства; сутність і призначення традиційних бізнес-моделей підприємства: посередницької, рекламної, інформаційної, торгової, виробничої, партнерської, ком'юніті, підписної, за споживанням; місце стратегічної складової у бізнес-моделі підприємства.

уміти: будувати модель ціліутворення, функціонально-технологічну та організаційно-функціональну модель підприємства; встановлювати необхідні масиви даних для інформаційної моделі; будувати процесно-рольову модель, модель «6+1 компонент» і ком'юніті-модель; визначати етапи розвитку бізнесу; складати алгоритм перспективного розвитку бізнесу.

Уявлення. Зміст дисципліни враховує знання студента попередніх предметів – «Економіка підприємства», «Основи підприємницької діяльності», «Планування діяльності підприємства», «Стратегія підприємства». У подальшому, отримані знання з дисципліни, будуть використані при дипломному проектуванні – моделюванні бізнес-процесів підприємства.

Для підготовки спеціалістів на рівні знань в програмі навчальної дисципліни передбачений цикл лекцій у їх сполученні з СРС. В лекційному курсі викладення теоретичних матеріалів приводиться досить докладно, супроводжується доказом основних положень.

Формування системи знань студентів з дисципліни «Формування бізнес-моделі підприємства» здійснюється шляхом проведення лекцій. Проведення практичних занять, консультацій та організації самостійної роботи студентів забезпечує формування необхідних вмінь та уявлень.

Самостійна робота студентів здійснюється в поза аудиторний час та складається з вивчення літературних джерел, матеріалу лекцій та практичних занять, виконання практичних завдань.

Поточний контроль здійснюється на лекціях у формі опитування; на практичних заняттях – опитування, діалогу, групового обговорення тематичних питань, самостійної та контрольної роботи; у час окремого розкладу занять – тестування по заліковим модулям.

Остаточний контроль з дисципліни – інтегрований залік.

Підсумковий контроль здійснюється під час проведення модульного контролю за допомогою тестових завдань у час окремого розкладу занять.

3. Зміст навчальної програми

Блок змістових модулів (розділ) №1

Основи бізнес-моделювання, традиційні бізнес-моделі

Змістовий модуль (тема) 1. Історія і сутність бізнес-моделювання

Поява бізнес-моделювання в економіці. Відмінність бізнес-моделювання від бізнес-планування. Основні риси бізнес-моделювання. Поняття «процесно-потокові моделі». Загальна схема бізнес-моделі підприємства. Поняття і зміст місії підприємства.

Змістовий модуль (тема) 2. Методологія бізнес-моделювання

Сутність шести процесно-потокових моделей підприємства: ціліутворення, функціонально-технологічної, організаційно-функціональної, процесно-рольової, структури даних, кількісної. Схеми процесно-потокових моделей підприємства.

Змістовий модуль (тема) 3. Посередницька, рекламна, інформаційна моделі

Сутність і складові посередницької моделі підприємства: біржі, торгові посередники, системи збору заявок, аукційний посередник, платіжний посередник, дистриб'ютор, агенти по розшуку, віртуальний ринок. Складові рекламної моделі: портал, дошки об'яв, реєстрація користувачів, платне розміщення, контекстна і поведінкова реклама, контентно-таргетирована реклама, анімірована й онлайнова реклама. Складові рекламної моделі: рекламні сітки, служби оцінки аудиторії, стимулюючий маркетинг, метапосередники.

Змістовий модуль (тема) 4. Торгова, виробнича, партнерська моделі

Сутність і складові торгової моделі: віртуальний продавець, продавець по каталогам, веб-вітрини, продавець цифрової продукції. Сутність і складові виробничої моделі: придбання, оренда, ліцензування, використання бранда. Сутність і складові партнерської моделі: банерний обмін, плата за кліки, розподілення доходів.

Змістовий модуль (тема) 5. Ком'юніті, підписна, за споживанням моделі

Сутність та складові ком'юніті моделі: відкрите програмне забезпечення, публічна трансляція, сайти за інтересами. Сутність та складові підписної моделі: конвент-сервіси, індивідуальні сіткові сервіси, членський внесок, помісячна плата за підписку. Сутність та складові моделі за споживанням: вимірюване споживання та вимірювана підписка.

Змістовий модуль (тема) 6. Основні завдання для СРС за змістовими модулями 1,2,3,4,5

1. Основні риси бізнес-моделювання.

2. Особливість статичного та динамічного опису підприємства.
3. Ознаки бізнес-потенціала, функціонала та відповідних матриць відповідальності.
4. Стисла характеристика кожної традиційної бізнес-моделі підприємства, а саме: посередницької, рекламної, інформаційної, торгової, виробничої, партнерської, ком'юніті, підписної, за споживанням.

Модульний контроль знань за змістовими модулями № 1,2,3,4,5,6 (заліковий модуль № 1) здійснюється у формі модульної тестової роботи за індивідуальним варіантом.

Блок змістових модулів (розділ) №2 **Структура бізнес-моделі, процесний підхід у бізнесі**

Змістовий модуль (тема) 7. Функціональна бізнес-модель підприємства

Сутність і зміст функціональної бізнес-моделі підприємства. Її особливості. Загальна схема функціональної бізнес-моделі підприємства.

Змістовий модуль (тема) 8. Організаційна бізнес-модель підприємства

Сутність і зміст організаційної бізнес-моделі підприємства. Її особливості. Загальна схема організаційної бізнес-моделі підприємства.

Змістовий модуль (тема) 9. Інформаційна бізнес-модель підприємства

Сутність і зміст інформаційної бізнес-моделі підприємства. Її особливості. Загальна схема інформаційної бізнес-моделі підприємства.

Змістовий модуль (тема) 10. Процесно-орієнтований підхід у бізнесі

Сутність поняття «бізнес-процес». Види бізнес-процесів. Моделювання бізнес-процесів. Покращення бізнес-процесів на підприємстві.

Змістовий модуль (тема) 11. Електронні (сітьові) бізнес-моделі

Особливості і структура електронного бізнесу. Типи електронної комерції: бізнес – бізнес, бізнес – споживач, бізнес – адміністрація, споживач – адміністрація, споживач – споживач.

Змістовий модуль (тема) 12. Основні завдання для СРС за змістовими модулями 7,8,9,10,11

1. Описати функціональну, організаційну та інформаційну моделі конкретного виду бізнесу (за індивідуальним варіантом).

2. Скласти повну бізнес-модель підприємства конкретного виду бізнесу.
3. Навести приклади електронної комерції за основними її типами.

Модульний контроль знань за змістовими модулями № 7,8,9,10,11,12 (заліковий модуль № 2) здійснюється у формі модульної тестової роботи за індивідуальним варіантом.

4. Розподіл навчального часу за модулями та видами занять (таблиця 1, таблиця 2 та таблиця 3)

Таблиця 1

Розподіл навчального часу за модулями та видами занять

Перелік та назви змістовних модулів	Загалом на змістовий модуль, год/кредити	Лекцій	Прак. робіт	СРС
Заліковий модуль 1. Основи бізнес-моделювання, традиційні бізнес-моделі				
Змістовий модуль 1. Історія і сутність бізнес-моделювання.	6/0,166	4		2
Змістовий модуль 2. Методологія бізнес-моделювання	6/0,166	2	3	1
Змістовий модуль 3. Посередницька, рекламна, інформаційна моделі.	6/0,167	2	3	1
Змістовий модуль 4. Торгова, виробнича, партнерська моделі.	6/0,167	2	3	1
Змістовий модуль 5. Ком'юніті, підписна, за споживанням моделі.	6/0,167	2	3	1
Змістовий модуль 6. Основні завдання для СРС.	6/0,167	-	-	6
Всього за заліковим модулем 1	36/1	12	12	12
Заліковий модуль 2. Структура бізнес-моделі, процесний підхід у бізнесі				
Змістовий модуль 7. Функціональна бізнес-модель підприємства.	6/0,167	2	3	1
Змістовий модуль 8. Організаційна бізнес-модель підприємства.	6/0,167	2	3	1
Змістовий модуль 9. Інформаційна бізнес-модель підприємства.	6/0,167	2	3	1
Змістовий модуль 10. Процесно-орієнтований підхід у бізнесі.	8/0,222	4	3	1
Змістовий модуль 11. Електронні бізнес-моделі.	4/0,11	2	-	2
Змістовий модуль 12. Основні завдання для СРС.	6/0,167	-	-	6
Всього за заліковим модулем 2	36/1	12	12	12
ЗАГАЛОМ	72/2	24	24	24

Таблиця 2

Перелік тем практичних занять

Змістовний модуль №	Назва практичних занять	Кількість годин	Обсяг навчального матеріалу (кредити)
2	Модель цілеутворення	3	0,083
3	Функціонально-технологічна модель	3	0,083
4	Організаційно-функціональна модель	3	0,083
5	Модель структури даних	3	0,083
7	Процесно-рольова модель	3	0,083
8	Модель «6+1 компонент»	3	0,083
9	Модель «споживач»	3	0,083
10	Повна бізнес-модель підприємства	3	0,083
ЗАГАЛОМ		24	0,66

5. Структура залікових модулів та оцінка працевтрат студента

Таблиця 3

Структура залікових модулів

Зміст навчального матеріалу	Кількість годин	Обсяг навчального матеріалу (кредити)	Форма контролю
Перший заліковий модуль (по змістовим модулям 1-6)	36	1	Поточне тестування
Другий заліковий модуль (по змістовим модулям 7-12)	36	1	
Інтегрований залік			

Примітка: кредити за дисципліну студенту нараховуються після успішного засвоєння та позитивної звітності за кожний заліковий модуль як арифметична сума кредитів.

6. Система оцінка знань студентів і шкала оцінок

Система оцінка знань студентів за окремими модулями

За шкалою ESTS	За національною шкалою	За шкалою навчального закладу
A	Відмінно	90 – 100
BC	Добре	75 – 89
DE	Задовільно	60 – 74
FX	Незадовільно з можливістю перездати	35 – 59
F	Незадовільно з обов'язковим повторним курсом	1 – 34

Примітка: згідно з наказом МОН України від 30.12.05 №774 підсумкова оцінка знань з навчальної дисципліни визначається як середньозважена результатів засвоєння окремих залікових модулів, розраховується за допомогою наступної формули:

$$Q = \alpha_1 \cdot B_1 + \alpha_2 \cdot B_2,$$

де $\alpha_1 = \alpha_2 = 0,5$ – вагові коефіцієнти складності 1-го, 2-го залікового модулів відповідно;

B_1, B_2 – абсолютні значення оцінки знань (у балах, 1÷100) за окремими заліковими модулями;

Q – значення підсумкової оцінки знань студентів (у балах, 1÷100) за навчальну дисципліну.

7. Види, форми та методи навчання (лекції, практичні роботи, консультації, самостійна робота)

Види проведення поточного та підсумкового контролю:

1. Контроль відвідування занять.
2. Перевірка та прийом домашніх завдань.
3. Усне опитування на лекціях, практичних заняттях.
4. Контроль конспектів.
5. Письмові контрольні роботи.
6. Тестування.

8. Методичне забезпечення

1. Конспект лекцій «Формування бізнес-моделі підприємства».
2. Методичні вказівки і завдання до практичних занять з дисципліни «Формування бізнес-моделі підприємства».

Всі матеріали містяться в електронному вигляді на освітньому порталі ХНАДУ.

9. Рекомендована література для самостійної роботи

Основна література

1. Базылев Н.И. Основы бизнеса: учеб. пособие / Н.И. Базылев, М.Н. Базылева. – Минск: Мисанта, 2003. – 253 с.
2. Богатин Ю.В. Экономическое управление бизнесом: учеб. пособие для вузов / Ю.В. Богатин, В.А. Швандар. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 391 с.
3. Грибов В.Д. Основы бизнеса: учеб. пособие / В.Д. Грибов. М.: Финансы и статистика, 2005. – 160 с.
4. Кийосаки Р.Т. Школа бизнеса: пер. с англ. / Роберт Т. Кийосаки и Шэрон Л.Лектер. – Минск: Попурри, 2003. – 271 с.
5. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса: учеб. для вузов / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2003. – 527 с.
6. Лазарев А.В. Бизнес-планирование как форма экономического управления / А.В. Лазарев. – Москва, 2000. – 191 с.
7. Рубин Ю.Б. Основы бизнеса: учеб. для экон. спец., вузов / Ю.Б. Рубин, Т.Д. Коломиец, В.А. Леднев и др. – 5-е изд. – М.: Маркет ДС, 2003. – 777 с.
8. Шейнин Э.Я. Предпринимательство и бизнес: учеб. пособие для вузов / Э.Я. Шейнин. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 349 с.

Додаткова література

1. Богачев В.И. Экономическая теория рыночных отношений. Основы бизнеса. Международные экономические отношения / В.И. Богачев, К.В. Кравченко. – 3-е изд., перераб. и дополн. – К.: Аристей, 2003. – 344 с.
2. Виноградська А.М. Основи підприємництва: навч. посібник. – 2-е вид., перероб. і допов. / А.М. Виноградська. – К.: Кондор, 2005. – 544 с.
3. Герчикова И.Н. Регулирование предпринимательской деятельности: государственное и межфирменное / И.Н. Герчикова. – М.: Издательство «Консалтбанкир», 2002. – 704 с.
4. Донець Л.І. Основи підприємництва: навч. посібник / Л.І. Донець, Н.Г. Романенко. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с.
5. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / под ред. Л.П. Владимировой. – М.: Издательский дом “Дашков и К°”. – 2001. – 297 с.

Розробила, к.е.н., доц.

кафедри економіки підприємства _____ І.А. Касатонова