

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО



МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ЩОДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ
З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ»
ДЛЯ СТУДЕНТІВ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ
З НАПРЯМУ ПІДГОТОВКИ 6.051401 – «БІОТЕХНОЛОГІЯ»

КРЕМЕНЧУК 2016

Методичні вказівки щодо практичних занять з навчальної дисципліни
«Маркетингове планування» для студентів денної форми навчання з напрямку
підготовки 6.051401 – «Біотехнологія»

Укладач старш. викладач О. М. Збиранник

Рецензент д. біол. н., проф. В. В. Никифоров

Кафедра маркетингу

Затверджено методичною радою Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського

Протокол №__ від _____ 2016 р.

Голова методичної ради _____ проф. В. В. Костін

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Перелік практичних занять	6
Практичне заняття №1 Зміст основних планових показників	6
Практичне заняття №2 Нормативна база планування.....	7
Практичне заняття №3 Методологія проведення досліджень упровадженої біотехнології. Аналіз інформації.....	8
Практичне заняття №4 Основні планові показники щодо виробництва та реалізації запровадженої біотехнології	9
Практичне заняття №5 Нормативна база планування матеріально- технічного забезпечення запровадженої біотехнології	10
Практичне заняття №6 Порядок визначення виробничої потужності та планування обсягів виробництва запровадженої біотехнології.....	11
Практичне заняття №7 Планування чисельності робітників. Планування продуктивності праці. Планування заробітної плати.....	12
Практичне заняття №8 Баланс витрат та надходжень запровадженої біотехнології.....	13
Практичне заняття №9 Планування бюджету.....	14
Практичне заняття №10 Методика визначення ефективності організаційно-технічних заходів щодо запобігання ризикам.....	15
2 Тести до модульного контролю.....	17
3 Питання до заліку з навчальної дисципліни.....	23
4 Критерії оцінювання знань студентів.....	24
Список літератури.....	25

ВСТУП

Біотехнології стали невід'ємною частиною сучасної світової економіки і використовуються в більшості галузей промисловості (від медицини і харчової промисловості до нафтовидобутку), в разі збільшуючи їх ефективність. Її розвиток здатний зіграти вирішальну роль у вирішенні глобальних проблем людства. Все це робить тематику розвитку біотехнологій в світовому господарстві дуже важливою.

Але потрібен інструмент для реалізації завдань розвитку біотехнологій, який буде сприяти більш швидкому їх трансферу від стадії розробок (ідей) до впровадження у виробничий процес.

Саме бізнес-планування (маркетингове) є універсальним інструментом, що дозволяє розробляти і детально обґрунтовувати реалізацію підприємницької ідеї, який включає аналіз ринкових, виробничих, організаційних і фінансових аспектів передбачуваного бізнесу та визначає найкращі способи досягнення наперед встановлених цілей. Також бізнес-планування дозволяє передбачити проблеми, які можуть з'явитися в процесі реалізації впровадженої біотехнології та знайти ефективні шляхи їх вирішення.

Основною метою вивчення дисципліни «Маркетингове планування» є навчання майбутнього фахівця необхідним теоретичним і практичним навикам ефективної роботи по обробці, аналізу інформації, складанню бізнес-планів упровадження біотехнології, методам планування, стратегічним підходам плануванню маркетингу і складанню бюджету маркетингу.

Предметом вивчення є ефективна робота по обробці, аналізу інформації, складанню бізнес-планів упровадження біотехнології, методам планування, стратегічним підходам по плануванню маркетингу і складанню бюджету маркетингу.

Після вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- сутність і функції планування; принципи планування в умовах невизначеності;
- види планів; методи і механізми планування;

- зміст і структуру поточних планів; принципи планування організаційно-технічного розвитку;
- систему показників оцінки рівня ефективності використання матеріально-технічних та енергетичних ресурсів;
- систему планових показників з персоналу та оплати праці; послідовність і методику складання плану витрат підприємства; методику складання кошторису; завдання та зміст фінансового планування;
- систему показників фінансового стану підприємства; види і системи оперативно-виробничих планів; призначення, структуру та вимоги до оформлення бізнес-планів.

уміти:

- застосовувати найпростіші методи і моделі планування;
- застосовувати сучасний інструментарій обґрунтування планових рішень;
- виконувати техніко-економічні розрахунки з обґрунтування впровадження нової біотехнології;
- визначати потребу та витрати на кожний вид матеріально-технічних та енергетичних ресурсів;
- розрахувати чисельність персоналу і скласти штатний розклад; сформулювати фонд оплати праці;
- організувати роботу над складанням бізнес-плану упровадження біотехнології;
- обчислювати собівартість впровадженої біотехнології;
- визначати витрати структурних підрозділів та загальні витрати підприємства; розробляти кошториси витрат;
- визначати фінансові результати діяльності підприємства та здійснювати їх оцінку;
- складати платіжний календар; розробляти планово-календарні нормативи;
- складати плани-графіки руху предметів праці у виробництві.

1. ПЕРЕЛІК ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття №1

Тема. Зміст основних планових показників

Мета: вивчити форми планування, проаналізувати систему методології планування, розглянути методи розробки планів.

Короткі теоретичні відомості

Нормативний метод планування – це один із методів обґрунтування планів, що використовується на всіх стадіях планової роботи.

Норми – це максимально припустима величина абсолютної витрати сировини, матеріалів, палива, енергії, витрати праці для виготовлення одиниці продукції (чи виконання роботи) встановленої якості в умовах виробництва планового року.

Завдання до теми

Обговорення теоретичних питань

1. Процес та роль планування.
2. Етапи планування.
3. Методи розробки планів.
4. Система методології планування.
5. Система показників планування.

Контрольні питання

1. Які основні етапи планування?
2. Що є методом планування?
3. Які проблеми розв'язуються в процесі планування?
4. Для чого використовується методологія планування?
5. Як зробити планування ефективним?

Література: [3, с. 114- 118]

Практичне заняття №2

Тема. Нормативна база планування

Мета: вивчити предмет маркетингового планування, стадії планування та розглянути об'єкт маркетингового планування.

Короткі теоретичні відомості.

Нормативна база підприємства – це складна система, що охоплює десятки, а то й сотні тисяч норм і нормативів. Цією системою слід ефективно управляти. Непростим завданням тут є оформлення, зберігання, пошук і оновлення норм і нормативів. Усе це здійснюється на основі єдиної автоматизованої системи управління.

Комбінований метод нормування – спосіб розробки індивідуальних норм витрат сировини, матеріалів, палива й енергії з використанням одночасно двох чи трьох методів: розрахунково-аналітичного, дослідного і дослідно-статистичного.

Завдання до теми

Обговорення теоретичних питань

1. Процес планування і маркетинговий план.
2. Принципи планування маркетингу
3. Об'єкт маркетингового планування
4. Маркетингове планування як процес
5. Контроль основних елементів операцій

Контрольні питання

1. Що явля собою об'єкт маркетингового планування?
2. які основні цілі відображаються в маркетинговому плані?
3. Що таке маркетинг-мікс?
4. Що є повним маркетинговим планом?

Література: [7, с. 154-176]

Практичне заняття №3

Тема. Методологія проведення досліджень упровадженої біотехнології. Аналіз інформації

Мета: вивчити основні методи і цілі дослідження запровадженої біотехнології, розглянути процес планування запровадженої біотехнології.

Короткі теоретичні відомості

Дослідження запровадженої біотехнології – систематичний збір, відображення та аналіз даних про проблему, пов'язану з запровадженням біотехнології.

Планування запровадженої біотехнології – систематичне прийняття рішень з усіх аспектів розробки і управління запровадженої біотехнології.

Тактика маркетингу – конкретні дії, виконані з метою реалізації заданої маркетингової стратегії.

Завдання до теми

Обговорення теоретичних питань

1. Цілі запровадженої біотехнології.
2. Первинні і вторинні дані запровадженої біотехнології.
3. Методи отримання даних для запровадження біотехнології.
4. Аналіз інформації і представлення запровадженої біотехнології.
5. Методи отримання даних для запровадженої біотехнології.
6. Представлення інформації в базах даних для маркетингового планування запровадженої біотехнології.

Контрольні питання

1. Які цілі стоять щодо запровадження біотехнології?
2. Що таке вторинні дослідження?
4. Перелічіть основні етапи маркетингового дослідження.

Література: [6, с. 250-262]

Практичне заняття №4

Тема. Основні планові показники щодо виробництва та реалізації упродовженої біотехнології

Мета: вивчити результати ситуативного аналізу, що включається до плану маркетингу, проаналізувати показники SWOT-аналізу.

Короткі теоретичні відомості

SWOT-аналіз – складова ситуативного аналізу, що вивчає сильні та слабкі сторони, можливості та загрози упродовженої біотехнології.

Ситуативний аналіз – аналіз, який дозволяє уявити відомості про упродовженої біотехнології у матричному вигляді.

Завдання до теми

Обговорення теоретичних питань

1. Результати ситуативного аналізу.
2. Конкурентний аналіз.
3. Маркетингові цілі.
4. Кількісна оцінка сильних і слабких сторін.

Контрольні питання

1. Що таке ситуативний аналіз і що він включає?
2. Чим є маркетингові цілі?
3. Для чого потрібне кількісне оцінювання сильних і слабких сторін упродовженої біотехнології?
4. Що є аналізом SWOT компаній-конкурентів?

Література: [6, с. 560-576]

Практичне заняття №5

Тема. Нормативна база планування матеріально-технічного забезпечення упровадженої біотехнології

Мета: вивчити планування матеріально-технічного забезпечення. Управління матеріально-технічним забезпеченням. Запаси матеріально-технічних ресурсів підприємства. Регулювання запасів.

Короткі теоретичні відомості

Матеріально-технічне забезпечення – це форма товарного обігу у сфері матеріального виробництва, процес забезпечення упровадженої біотехнології сировиною, матеріалами, комплектуючими, напівфабрикатами, готовими виробами тощо, необхідними для виробничого і невиробничого споживання. Правильно налагоджена система матеріально-технічного забезпечення є запорукою безперебійного забезпечення упровадженої біотехнології всіма видами матеріальних ресурсів, що є важливим елементом наукової організації технології.

Розроблення плану матеріально-технічного забезпечення – на підставі базових показників споживання ресурсів і відповідно до планового обсягу виробництв.

Завдання до теми

Обговорення теоретичних питань

1. План матеріально-технічного забезпечення виробництва.
2. Вихідні дані для побудови балансу матеріально-технічного забезпечення.
3. Специфіка ресурсів.
4. Управління виробничими запасами.
5. Показник відносної частки ринку і темпу зростання ринку.
6. Логістичний підхід до управління матеріальними потоками.
7. Стратегії ціноутворення.

Контрольні питання

1. Назвіть послідовність розроблення плану матеріально-технічного забезпечення?

2. Як описують форми і системи матеріально-технічного забезпечення?

3. Що є показником відносної частки ринку?

4. Показники використання матеріальних ресурсів?

Література: [8, с. 55-62]

Практичне заняття №6

Тема. Порядок визначення виробничої потужності та планування обсягів виробництва упровадженої біотехнології

Мета: вивчити методи і моделі визначення виробничої потужності та планування обсягів виробництва упровадженої біотехнології.

Короткі теоретичні відомості

Виробнича потужність – це максимально можливий випуск продукції на підприємстві за умови виконання завдань з номенклатури, асортименту, якості і максимального завантаження устаткування і виробничої площі, використання сучасних технологічних процесів і форм організації виробництва і праці на основі прогресивних норм використання матеріальних і трудових ресурсів.

Виробнича потужність упровадженої біотехнології – це максимальний обсяг, який може виготовити технологія протягом року за допомогою закріплених (наявних в неї) засобів праці (технологічної сукупності устаткування і виробничих площ) відповідно до встановленої технології.

Завдання до теми

Обговорення теоретичних питань

1. План виробництва упровадженої біотехнології.

2. Методика розрахунку виробничої потужності.

3. Технічні норми продуктивності устаткування і трудомісткості упровадженої біотехнології.

4. Виробнича потужність, її місце і роль у виробничій програмі підприємства.

Контрольні питання

1. Виробнича програма та основні засади її розробки.

2. У чому полягає порядок розрахунку вихідної запровадженої біотехнології?

3. Перерахуйте основні етапи планування виробничої програми запровадженої біотехнології?

4. Складові елементи формування виробничої програми?

Література: [5, с. 432-468]

Практичне заняття №7

Тема. Планування чисельності робітників. Планування продуктивності праці. Планування заробітної плати

Мета: розроблення плану персоналу та оплати праці є визначення економічно обґрунтованої потреби запровадженої біотехнології в персоналі й забезпечення її ефективного використання в плановому періоді.

Короткі теоретичні відомості

Завданням планування чисельності персоналу є визначення потреби у всіх категоріях працівників, потрібних для забезпечення безперебійного виробничого процесу й виконання виробничих планів. При цьому треба забезпечити раціональне використання трудових ресурсів, оптимальне співвідношення різних категорій персоналу.

До основних принципів планування чисельності працівників належать: відповідність чисельності та кваліфікації працівників обсягу запланованих робіт та їх складності, обумовленість структури персоналу об'єктивними факторами виробництва, максимальна ефективність використання робочого часу, створення умов для підвищення кваліфікації та розширення виробничого профілю працівників.

Завдання до теми

Обговорення теоретичних питань

1. Визначення потреби у кадрах по категоріям персоналу.
2. Планування чисельності кадрів.
3. Планування заробітної плати.
4. Зміст і порядок планування персоналу та оплати праці.
5. Планування продуктивності праці.
6. Методи планування фонду заробітної плати.
7. Річний фонд робочого часу.

Контрольні питання

1. Які елементи входять до складу методів вимірювання продуктивності праці?
2. Показники, які використовують для розрахунку продуктивності праці?
3. Які існують способи розрахунку планового рівня продуктивності праці?

Література: [8, с. 23-35]

Практичне заняття №8

Тема. Баланс витрат та надходжень упровадженої біотехнології

Мета: баланс надходжень коштів показує, коли в технології виникають тимчасово вільні кошти, а коли вона має додаткову потребу в них.

Короткі теоретичні відомості

Баланс грошових витрат і надходжень – це документ, який дозволяє оцінити, скільки коштів необхідно вкласти в проект, т.б. до початку і в ході реалізації проекту. Головне завдання такого балансу – перевірити синхронність грошових надходжень і витрат, тобто перевірити майбутню ліквідність технології при реалізації даного проекту.

Річний фінансовий план (план доходів та витрат грошових коштів) характеризує обсяг фінансових ресурсів, необхідних для фінансово-господарської діяльності. Він є орієнтиром для фінансової роботи підприємств

у плановому році. Виконання фінансового плану здійснюється безпосередньо в процесі фінансово-господарської діяльності, забезпечуючи стабільну платоспроможність підприємства через оперативне фінансове планування. З цією метою доцільно складати баланс грошових надходжень - оперативний фінансовий план.

Завдання до теми

Обговорення теоретичних питань

1. Рух чистих грошових потоків і баланс грошових коштів.
2. Коефіцієнт зростання витрат.
3. Планування заробітної плати.
4. Інформаційна база фінансового планування.
5. Кошторис доходів і витрат.

Контрольні питання

1. Чи можливо застосовувати довгострокові кредитні ресурси на розвиток упровадженої технології?
2. Що виступає інформаційною базою для складання зведеного фінансового балансу?
3. В чому полягає визначення потреби у фінансових ресурсах ?

Література: [14, с. 257-284]

Практичне заняття №9

Тема. Планування бюджету

Мета: розкриваються механізми формування зовнішніх фінансових потоків в технологію. Питання раціонального розподілу внутрішньофірмових фінансових потоків розглядаються в рамках бюджетного методу управління. Ефективність управлінських рішень, якщо воно буде чітко уявляти собі, хто, скільки і як створює фінансові ресурси, хто, скільки і як їх споживає, наскільки цей процес є передбачуваним, наскільки він піддається коригуванню.

Короткі теоретичні відомості

Бюджет – це фінансовий план на конкретний період, погоджений з виробничою діяльністю підприємства, мета якого виражена в показниках звітності в грошовому вираженні у взаємозв'язку з зобов'язаннями, тобто відповідальністю кожного підрозділу за досягнення цих цілей.

Бюджетне планування – це комплекс організаційно-технічних, методичних і методологічних заходів на таких стадіях бюджетного процесу як складання, розгляд і затвердження бюджетів для визначення обсягів і джерел формування та напрямів використання бюджетних ресурсів на упровадження технології з метою забезпечення стабільного її розвитку.

Завдання до теми

Обговорення теоретичних питань

1. Поточне планування та бюджетування.
2. Сутність бюджетного планування.
3. Методи прогнозування і планування.
4. Методи прогнозування і планування бюджетних надходжень.
5. Алгоритм бюджетного планування за нормативним методом.

Контрольні питання

1. При яких умовах організація бюджетного планування буде ефективною?
2. Поняття та принципи виконання бюджету?
3. Джерела формування та напрямки використання ресурсів?

Література: [6, с. 257-284]

Практичне заняття №10

Тема. Методика визначення ефективності організаційно-технічних заходів щодо запобігання ризикам

Мета: практика розподілу ризику полягає в тому, щоб зробити відповідальним за ризик того учасника розробки технології, який в змозі краще за всіх розраховувати і контролювати ризики.

Короткі теоретичні відомості

Розподіл ризику здійснюється в процесі підготовки плану проекту та контрактних документів. Для кількісного розподілу ризику в проектах можна використовувати модель, засновану на методі “дерева рішень”. При цьому кожний учасник виконує запланований проектом обсяг робіт та несе відповідну долю ризику у випадку невиконання проекту-технології. Але найбільш ризикує інвестор. Тому, потрібно знати, що труднощі в пошуку інвестора, як правило збільшуються із збільшенням ступеня ризику, що покладається на інвестора.

Ризики прогнозу пов'язані з неадекватним прогнозуванням і плануванням ходу інноваційного проекту і його результатів; умов середовища, в якому реалізовуватиметься проект.

Завдання до теми

Обговорення теоретичних питань

1. Метод фінансування ризиків.
2. Принципи управління інноваційним ризиком.
3. Основні методи зниження ризику.
4. Систематичний та несистематичний ризики.
5. Використання методу аналізу чутливості для виявлення основних чинників ризиків технології.

Контрольні питання

1. Які, схильності до ризику?
2. Назвіть основні способи керування ризиками.
3. Визначення і оцінка ризиків.

Література: [7, с. 257-284]

2 ТЕСТИ ДО МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ

I змістовний модуль

1. На що орієнтуються підприємства здійснюючи маркетингову діяльність:

а) на виробництво тих товарів, які потрібні споживачеві і на котрі існує значний попит;

б) на продаж тих товарів, які вже вироблені без урахування потреб споживачів.

2. Які істему охоплює маркетингове планування:

а) виробничу;

б) збутову;

в) дослідницьку.

3. Маркетингове планування починається:

а) з розроблення і виробництва товару;

б) з дослідження ринку та потреб споживачів;

в) з інформаційної рекламної компанії.

4. Орієнтуючись на концепцію збуту, підприємство зосереджує свою увагу на:

а) потребах споживачів;

б) потребах підприємства та власних товарах;

в) потребах суспільства.

5. Три фактори, які лежать в основі концепції соціально-етичного маркетингу:

а) прибутковість підприємства, споживачі потреби та інтереси;

б) прибутковість підприємства, окупність інвестицій та ефективність збуту.

6. Споживчий ринок формується на:

а) підприємств, які закупають товари для їх подальшої реалізації споживачам;

б) осіб, які купують товари для особистого або родинного споживання;

- в) осіб, які купують товари для продажу;
- г) окремих осіб, які купують товари промислового призначення;
- д) підприємств-виробників готової продукції.

7. Термін «комплекс маркетингу» охоплює:

- а) дослідження ринку;
- б) ціноутворення;
- в) товар;
- г) методи збуту;
- д) стратегічне планування;
- е) методи просування товару.

8. Сегментація ринку – це:

а) розподіл споживачів на однорідні групи відповідно до їх характеристик;

б) визначення місця для свого товару в ряду аналогів.

9. Комплексне дослідження ринку передбачає:

- а) вивчення поведінки споживачів;
- б) маркетинговий контроль;
- в) Аналіз ринкових можливостей;
- г) визначення місткості ринку;
- д) маркетингові комунікації.

10. Основні фактори макросередовища:

- а) економічні умови;
- б) демографічні умови;
- в) політичні фактори;
- г) споживачі;
- д) природні умови;
- е) можливості підприємств-виробників.

II змістовий модуль

1. До якого методу комплексного дослідження ринку належить робота з довідниками та статистичною літературою:

а) «кабінетні» дослідження;

б) «польові» дослідження;

2. Основні переваги вторинної інформації – це:

а) відсутність суперечливих даних із різних джерел;

б) методологія збирання даних відома і є контрольована компанією;

в) низька ціна;

г) оперативність одержання;

д) отримання найсвіжішої інформації.

3. Основні недоліки первинної інформації:

а) можлива наявність застарілих даних;

б) можлива відсутність необхідних даних через нечіткість методології проведеного дослідження;

в) збирання даних може забрати багато часу та коштів.

4. Реальна оцінка ситуації з допомогою систематичного обліку поведінки об'єкта без словесної або іншої комунікації і без впливу на об'єкт спостереження це:

а) опитування;

б) спостереження;

в) експеримент;

г) імітація.

5. Об'єктом спостереження є:

а) ринки чи їх сегменти;

б) товари;

в) ціни;

г) процеси збуту;

д) споживач, його поведінка, його реакція на ті чи інші поії;

е) все разом.

6. З'ясування позицій окремих людей чи отримання від них справки з будь-якого питання проводиться за допомогою:

а) опитування;

- б) спостереження;
- в) експерименту;
- г) імітації.

7. Визначте вид маркетингового дослідження, коли:

- а) використовуються особисті контакти, первинна інформація;
- б) використовуються офіційні друковані джерела інформації, методи економічного аналізу і поєднанні з елементами економетрики і математичної статистики;
- в) проводиться апробація ової продукції, методів її продажу.

8. З перерахованих понять виберіть ті, які відносяться до дослідження продукту:

- 1) характеристики продукту;
- 2) реакції на введення нового товару;
- 3) упаковка і етикетка;
- 4) рівень обслуговування;
- 5) дослідження і прогнозування кон'юктури;
- б) сегментація;
- 7) гарантія;
- 8) визначення місткості ринку;
- 9) торгівельна марка;
- 10) вивчення практики діяльності конкурентів.

9. Дослідження кон'юктури ринку передбачає:

- а) аналіз попиту і попонування;
- б) аналіз результатів господарської діяльності фірми ;
- в) дослідження конкурентоспроможності продукції та фірми в цілому;
- г) визначення місткості товару;
- д) сегментування ринку;
- е) дослідження іміджу фірми та її продукції.

10. Дослідження фірми передбачає:

- а) визначення місткості ринку;

- б) сегментування ринку;
- в) аналіз результатів господарської діяльності фірми;
- г) дослідження конкурентного середовища;
- д) дослідження конкурентоспроможності продукції та фірми в цілому;
- е) дослідження іміджу фірми та її продукції.

11. Головними складниками маркетингового середовища можна назвати:

- а) цільові ринки;
- б) канали маркетингу;
- в) канали розподілу продукції;
- г) імідж товару;
- д) конкурентів;
- е) контактні аудиторії;
- ж) організаційні форми маркетингу;
- з) банківські страхові науково-дослідні організації;
- і) все разом.

3 ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Чому планомірність та пропорційність вважаються об'єктивними рисами зростання виробництва?
2. Які принципи планування підприємств вам знайомі? Охарактеризуйте їх.
3. Чим відрізняються дві моделі планування підприємств: жорстка централізована та ринкова?
4. Надайте характеристику балансового методу планування та галузі його застосування на підприємствах.
5. Що дає застосування нормативного методу планування на підприємствах?
6. Які класифікації норм та нормативів вам відомі? Охарактеризуйте їх.
7. Що таке незбалансованість планів? Наведіть приклади.
8. Як розробляються норми та нормативи?
9. Чому ціна вважається найважливішим економічним нормативом?
10. У чому різниця між техніко-економічним та оперативно-виробничим плануванням?
11. Які органи планування існують на підприємствах?
12. В чому значення підвищення ефективності роботи для підприємств
13. Як планується потреба в матеріальних ресурсах та як розробляється баланс матеріально-технічного забезпечення?
14. Для чого потрібні та як плануються запаси матеріальних ресурсів?
15. Значення та зміст планування собівартості продукції на підприємстві
16. Назвіть показники собівартості, що використовуються в планово-економічній роботі на підприємстві.
17. Суть і завдання системи управління витратами у впровадженні біотехнології. Принципи системи управління витратами. Особливості впровадження системи управління витратами в центрах витрат.

4 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Порядок перерахунку рейтингових показників 100-бальної системи вищої шкали в національну шкалу оцінювання знань і європейську шкалу ECTS.

Інтервальна шкала оцінок установлює взаємозв'язки між рейтинговими показниками і шкалами оцінок.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		Для іспиту, заліку
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Добре
74–81	C	
64–73	D	
60–63	E	Задовільно
35–59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0–34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Розподіл балів, які отримують студенти

Вид контролю	Бали
Лекції	Відвідування: 25 % – 2 бали; 50 % – 4 бали; 75 % – 6 балів; 100 % – 8 балів. Наявність конспекту: 2 бали. Усього: 10 балів
Робота студентів на практичних заняттях	Відвідування практичних занять, наявність конспекту – 10 балів. Робота студентів на практичних заняттях – 20 балів. Усього: 30 балів
Поточний і підсумковий контроль	Опитування (тести) – 18 балів. Реферат – 16 балів. Виконання модульної контрольної роботи – 16 балів. Наукова робота – 10 балів. Усього: 60 балів
Усього	100

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Агафонова Л. Підготовка бізнес-плану : практикум / Л.Агафонова. –К.: Знання, 2001. –158 с.
2. Герасименко В.Г. Біотехнологія: підручник / В.Г. Герасименко, М.О. Герасименко, М.І. Цвіліховський та ін.; За ред. В.Г. Герасименко. – К.: Інкос, 2006. – 647с.
3. Гринева В.Н. Бизнес-план производственного предприятия: комплексная технология разработки: учебн. пособ. / В.Н. Гринева. – Х.: ИНЖЭК, 2007. – 119 с.
4. Болюх М.А. Економічний аналіз: навч. посібн./ М.А. Болюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатов; за ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченка. – К.: КНЕУ, 2001. –540 с.
5. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: підручник / С.Ф. Покропивний.–К.:КНЕУ, 2001. – 528 с.
6. Іванісов О. С.Економіка підприємства: підручник для студ. вищ. навч. закладів / О. С. Іванісов. –Х.: Современная печать, 2007. –704 с.
7. Свінцицька О.М. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. / О.М. Свінцицької. –[2-ге вид., перероб. і доп.]–К.: Кондор, 2009. –263 с.
8. Телетов О.С. Бізнес-планування: навч. посібн. з дисципліни «Бізнес планування» / О. С. Телетов. – Суми: СумДУ, 2005. –78 с.

Методичні вказівки щодо практичних занять з навчальної дисципліни «Маркетингове планування» для студентів денної форми навчання з напрямку підготовки 6.051401 – «Біотехнологія»

Укладач: асистент кафедри О.М. Збиранник

Відповідальний за випуск: завідувач кафедри природничих дисциплін проф. Никифоров В.В.

Підписано до друку _____ р. Формат 60x84 1/16. Папір тип. Друк ризографія.

Ум. друк. арк. _____. Наклад _____ прим. Замовлення № _____ Безкоштовно.

Видавничий відділ КрНУ імені Михайла Острорадського
39600 м. Кременчук, вул. Першотравнева, 20

