



**Вищий навчальний заклад**  
**«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**  
**Факультет економіки та комп'ютерних технологій**  
**Кафедра маркетингу, економіки, управління та адміністрування**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Декан факультету економіки та  
інформаційних технологій



Ю.М. Неговська

**РОБОЧА ПРОГРАМА**

**«МОДЕЛІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

підготовки першого (бакалаврського) рівня  
(назва рівня вищої освіти)

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
(шифр і назва галузі знань)

Спеціальності 075 «Маркетинг»  
(код і найменування спеціальності)

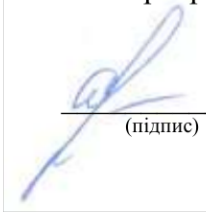
освітньо-професійної програми «Маркетинг»  
(найменування освітньої програми)

тип дисципліни професійної та практичної підготовки

2020 рік

**ПОГОДЖЕНО:**

Гарант освітньої програми

  
(підпис)Т.В.Серкутан  
(прізвище, ініціали)**РЕКОМЕНДОВАНО:**Кафедрою маркетингу, економіки, управління  
та адміністрування  
протокол № 1 від «27» серпня 2020 року

Завідувач кафедри



М.М.Єрмошенко

**Розробник:** **Неговська Юлія Миколаївна**, кандидат економічних наук, доцент, кафедра маркетингу, економіки, управління та адміністрування

## 1. Опис навчальної дисципліни

**Мова навчання:** українська

**Статус дисципліни:** вибіркова

**Передумови** вивчення навчальної дисципліни: Курс "Моделі підприємницької діяльності" передбачає, що здобувачі вищої освіти вже володіють базовими знаннями в сфері маркетингу та управління.

**Предметом** є підходи до написання ефективних текстів маркетингового призначення.

**Інформаційний обсяг навчальної дисципліни.** На вивчення навчальної дисципліни відводиться **150 годин 5 кредити ECTS**

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Моделі підприємницької діяльності» є формування у студентів системи професійних знань та оволодіння маркетинговими підходами щодо текстового супроводу маркетингу у ринковому середовищі, ознайомлення з відмінностями різних типів текстових повідомлень для споживача, специфікою поведінки споживачів, вивчення особливостей написання текстів маркетингового характеру.

Основним **завданням** навчальної дисципліни «Моделі підприємницької діяльності» є оволодіння підходами до написання ефективних текстів маркетингового призначення і формування у здобувачів вищої освіти відповідних практичних навичок та вмінь.

## 3. Компетентності та заплановані результати навчання

Дисципліна «Моделі підприємницької діяльності» забезпечує набуття здобувачами освіти **компетентностей:**

### Загальні компетентності:

ЗК6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

### Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
СК11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
СК13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен досягти таких запланованих результатів навчання:

### Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПРН9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

№ пп	Найменування тем курсу	Кількість годин									
		Денна форма навчання					Заочна форма навчання				
		Лекції	Практичні заняття	СРС	ІКР	Всього	Лекції	Практичні заняття	СРС	ІКР	Всього
1	Підприємництво в ринковій економіці, його суть і функції	6	2	10	-	18	1	-	17	-	18
2	Види підприємницької діяльності	6	2	10	-	18	1	-	17	-	18
3	Підприємство і фірма	6	2	11	-	19	2	-	17	-	19
4	Бізнес-планування. Система менеджменту на підприємстві	6	2	11	-	19	2	-	17	-	19
5	Маркетингова діяльність	7	3	9	-	19	2	1	16	-	19
	<b>Разом за модуль 1</b>	<b>31</b>	<b>11</b>	<b>51</b>	<b>-</b>	<b>93</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>84</b>	<b>-</b>	<b>93</b>
<b>Форма модульного контролю: контрольна робота</b>											
6	Моделі розвитку міжнародного бізнес-середовища	7	3	9	-	19	2	1	16	-	19
7	Міжнародний маркетинг	7	3	9	-	19	2	1	16	-	19
8	Інноваційні технології ведення глобального бізнесу	7	3	9	-	19	2	1	16	-	19
	<b>Разом за модуль 2</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>27</b>	<b>-</b>	<b>57</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>48</b>	<b>-</b>	<b>57</b>
	<b>Разом за семестр</b>	<b>52</b>	<b>20</b>	<b>78</b>	<b>-</b>	<b>150</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>132</b>	<b>-</b>	<b>150</b>
<b>Форма модульного контролю: контрольна робота</b>											
<b>Форма підсумкового контролю: диференційований залік</b>											

#### 5. Зміст програми навчальної дисципліни

##### Тема 1. Підприємництво в ринковій економіці, його суть і функції.

Сутність і ознаки підприємницької діяльності. Еволюція підприємництва. Функції підприємництва.

**Тема 2. Види підприємницької діяльності.** Принципи і умови підприємницької діяльності. Види підприємницької діяльності

**Тема 3. Підприємство і фірма.** Поняття фірми. Поняття підприємства. Види підприємств. Організаційно-правові форми підприємств, їх переваги і недоліки.

**Тема 4. Бізнес-планування. Система менеджменту на підприємстві.**

**Тема 5. Маркетингова діяльність.** Міжнародний бізнес та міжнародні економічні відносини.

**Тема 6. Моделі розвитку міжнародного бізнес-середовища.** Практичні інструменти

посилення міжнародної конкурентоспроможності.

**Тема 7. Міжнародний маркетинг.** Кроскультурний менеджмент. Стратегічне партнерство у мережах глобального бізнесу.

**Тема 8. Інноваційні технології ведення глобального бізнесу.** Віртуальне підприємство.

#### 6. Теми лекцій

№ пп	Назва теми дисципліни	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Підприємництво в ринковій економіці, його суть і функції	6	1
2	Види підприємницької діяльності	6	1
3	Підприємство і фірма	6	2
4	Бізнес-планування. Система менеджменту на підприємстві	6	2
5	Маркетингова діяльність	7	2
6	Моделі розвитку міжнародного бізнес-середовища	7	2
7	Міжнародний маркетинг	7	2
8	Інноваційні технології ведення глобального бізнесу	7	2
<b>Всього</b>		<b>52</b>	<b>14</b>

#### 7. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми та практичних завдань	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
1	Підприємництво в ринковій економіці, його суть і функції	2	-
2	Види підприємницької діяльності	2	-
3	Підприємство і фірма	2	-
4	Бізнес-планування. Складання бізнес-плану за системою UNIDO. Бізнес-план стартапу. Пітчінг та його основні етапи	2	-
5	Маркетингова діяльність	3	1
6	Моделі розвитку міжнародного бізнес-середовища. Практичні інструменти посилення міжнародної конкурентоспроможності	3	1
7	Міжнародний маркетинг. Кроскультурний менеджмент	3	1
8	Інноваційні технології ведення глобального бізнесу Віртуальне підприємство	3	1
<b>Усього годин</b>		<b>20</b>	<b>4</b>

#### 8. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
	Не передбачено планом		

#### 9. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна	Заочн

		форма	а форма
	Не передбачено планом		

### 10. Теми самостійних занять

№ пп	Назва теми дисципліни	Кількість годин	
		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
1	Підприємство в системі господарювання. Теорії та моделі підприємств	10	17
2	Принципи і умови підприємницької діяльності	10	17
3	Організаційно-правові форми підприємств, їх переваги і недоліки	11	17
4	Система менеджменту на підприємстві	11	17
5	Новітні види маркетингу	9	16
6	Практичні інструменти посилення міжнародної конкурентоспроможності	9	16
7	Стратегічне партнерство у мережах глобального бізнесу	9	16
8	Віртуальне підприємство	9	16
<b>Всього</b>		<b>78</b>	<b>132</b>

### 11. Завдання для самостійної роботи

#### 1. Самостійна робота 1

Скласти бізнес-план за міжнародним стандартом. Для цього ознайомитися із стандартами ЮНІДО для складання бізнес-планів за посиланням: [http://www.ek-ua.com/business-plan/UNIDO\\_standards.pdf](http://www.ek-ua.com/business-plan/UNIDO_standards.pdf)

та прикладами бізнес-планів за посиланням: <https://pro-consulting.ua/ua/biznes-plan>

#### Самостійна робота 2

Для бізнес-плану із самостійної роботи створити сценарій pitch-video для презентації бізнесу та записати цей відеоролик

Для допомоги скористатися інформацією за посиланням: <https://startupnation.com/start-your-business/successful-business-pitch/>

#### Самостійна робота 3

Передбачити вихід бізнесу, який спланований у попередніх самостійних роботах, на міжнародний рівень. Обрати 2-3 країни (з різним культурно-історичним підґрунтям) та описати особливості даного виду бізнесу у цих країнах, пов'язані із культурними особливостями.

## 12. Питання для підготовки до підсумкового контролю (диф.заліку)

1. Сучасні моделі ефективного бізнесу
2. Соціально-економічна роль і значення підприємництва в структурі ринкової економіки
3. Підприємство як економічний суб'єкт
4. Функції підприємства
5. Еволюція наукових теорій економіки підприємства та їх загальна характеристика
6. Підприємництво як сучасна форма господарювання
7. Принципи здійснення, форми і моделі підприємницької діяльності
8. Мале підприємництво в ринковій економіці
9. Правові основи функціонування підприємств
10. Організаційно-правові форми підприємств
11. Головні види та напрями діяльності підприємств
12. Соціально-економічні системи малого бізнесу за кордоном
13. Бізнес-планування.
14. Складання бізнес-плану за системою UNIDO.
15. Бізнес-план стартапу.
16. Пітчінг та його основні етапи
17. Інноваційні форми підприємництва
18. Віртуальне підприємництво
19. Вендинг
20. Фрілансер
21. Моделі розвитку міжнародного бізнес-середовища.
22. Інструменти посилення міжнародної конкурентоспроможності
23. Поняття крос-культурного менеджменту

## 13. Методи навчання

### *Методи навчання на лекціях:*

- вербальний метод (лекція, дискусія тощо);
- методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші);
- робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо);
- інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

### *Методи навчання на практичних, семінарських заняттях:*

- вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо);
- практичний метод (практичні, семінарські та лабораторні заняття);
- метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші);
- робота з навчально-методичною літературою (рецензування, підготовка реферату, есе, доповіді тощо);
- інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо);
- Дослідницький метод
- Пошуковий метод.

#### 14. Методи оцінювання

У процесі вивчення дисципліни «Моделі підприємницької діяльності» використовуються такі методи оцінювання:

- для поточного контролю у вигляді *усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових проектів, творчих завдань, тощо.*

- для модульного контролю у вигляді *письмової відповіді, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.*

- для підсумкового контролю *проведення диференційованого заліку (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).*

#### 15. Засоби діагностики результатів навчання

Робоча програма передбачає застосування засобів діагностики результатів навчання за формами контролю знань:

- *поточний контроль* може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожною темою.
- *модульний контроль* передбачає письмове виконання різних видів контрольних завдань.
- *підсумковий контроль* передбачає проведення диференційованого заліку

Завершальним етапом досягнення запланованих програмних результатів навчання з навчальної дисципліни «Моделі підприємницької діяльності» є підсумковий контроль - диф.залік.

#### 16. Критерії та порядок оцінювання результатів навчання

Рекомендоване оцінювання окремих видів навчальної діяльності здобувача вищої освіти:

№	Вид навчальної діяльності здобувачів вищої освіти*	Кількість балів
1.	Реферат, есе	1-4
2.	Вирішення ситуаційних завдань, розв'язання задач	1-4
3.	Індивідуальне завдання	1-4
4.	Відповідь на практичному, семінарському, лабораторному занятті	1-4
5.	Ділова гра, практичний кейс, тощо.	1-10
6.	Участь у публічних заходах (конференція, олімпіада тощо)	1-10
7.	Модульний контроль (для денної форми здобуття освіти)	1-20
8.	Контрольна робота (для заочної форми здобуття освіти)	1-50

\*види навчальної діяльності здобувачів освіти обираються та оцінюються викладачем за рекомендованою шкалою в залежності від особливостей навчальної дисципліни.

Для визначення ступеня засвоєння навчального матеріалу та поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти оцінюються за такими критеріями:

Бали	Критерії оцінювання
90-100	Здобувач вищої освіти повною мірою засвоїв програмний матеріал, виявляє знання основної та додаткової літератури, наводить власні міркування, робить узагальнюючі висновки, використовує знання інших галузей знань, вдало наводить приклади.
82-89	Здобувач вищої освіти демонструє достатньо високий рівень знань, при цьому відповідь досить повна, логічна, з елементами самостійності, але містить деякі неточності або незначні помилки, або присутня недостатня чіткість у визначенні понять.



75-81	Здобувач вищої освіти володіє достатнім обсягом навчального матеріалу, здатний його аналізувати, але не має достатніх знань для формування висновків, не завжди здатний асоціювати теоретичні знання з практичними прикладами
64-74	Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, проте відповідь неповна, неглибока, містить неточності, є помилки у формулюванні понять, відчуваються складнощі в застосуванні знань при наведенні прикладів.
60-63	Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, допускає суттєві помилки при висвітленні матеріалу, формулюванні понять, не може навести приклади.
35-59	Здобувач вищої освіти не володіє переважною частиною програмного матеріалу, допускає суттєві помилки при висвітленні понять.
1-34	Здобувач вищої освіти не засвоїв програмний матеріал.

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни. Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали.

#### Порядок переведення оцінок у систему ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	ОЦІНКА ECTS	ОЦІНКА ЗА НАЦІОНАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ
		для диференційованого заліку, курсової роботи (проекту), практики
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
64-74	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

#### 17. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

##### Для денної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота								Підсумковий контроль	Сума	
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2						Самостійна робота
T1	T2	T2	T4	T5	T6	T7	T8			
3	4	4	4	3	4	4	4	10	40	100
Модульний контроль 1 - 10				Модульний контроль 2 - 10						

##### Для заочної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота		Підсумковий контроль	Сума
Контрольна робота	Самостійна робота		
50	10	40	100

## 18. Методичне забезпечення

Методичне забезпечення дисципліни «Моделі підприємницької діяльності» узагальнено в комплексі навчально-методичного забезпечення, який включає:

- силабус
- робочу програму навчальної дисципліни;
- методичні вказівки до вивчення дисципліни;
- опорний конспект лекцій;
- варіанти завдань для самостійної та індивідуальної роботи студентів;
- варіанти завдань для модульного контролю;
- варіанти завдань для підсумкового контролю;
- інші матеріали.

## 19. Рекомендована література

### Базова

1. Бізнес-аналітика в економіці, фінансах, маркетингу та управлінні / С. А. Єрохін, М. М. Єрмошенко, І. Ю. Штулер, Ю. В. Костинець. Навч. посібник. - К., Національна академія управління, 2020 - 408 с.
2. Дмитрієв І.А. Економіка підприємства [Текст]: навч. посіб. для практ. занять і самост. роботи студентів ВНЗ / Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю.; Харків. нац. автомоб.-дорож. ун-т. Харків: Бровін О. В., 2018. 291 с.
3. Єрмошенко М.М. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навч. посібник. 2-ге вид. – К.: Національна академія управління, 2006. – 348 с.
4. Маркетинг: підручник /М.М.Єрмошенко, С.А.Єрохін, Т.В.Серкутан, Ю.М.Неговська, Я.А.Громова, Ю.В.Костинець – Київ : НАУ, 2020. – 810 с.

### Допоміжна

1. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов / Пер. с англ. Изд. 2-е. – М.: ИНФРА-М, 1999.
2. Бланк И. А. Управление активами и капиталом предприятия. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2003. – 448 с.
3. Виноградська А.М. Технологія комерційного підприємництва: Навч. Посібник. – К.: Центр начальної літератури, 2006. – 780с.
4. Диксон П.Р. Управление маркетингом / Пер. с англ. – М.: ЗАО “Издательство БИНОМ”, 1998.
5. Єрмолаєва Л.А. Менеджмент попиту: прогнозування обсягів продажу за методикою статистичної кореляції // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. - №4.
6. Єрмошенко М.М., Єрохін С.А., Стороженко О. А. Менеджмент: Навч. посібник / За заг. ред. д.е.н., проф. М.М.Єрмошенка. – К.: Національна академія управління, 2006. – 656 с.
7. Єрмошенко М.М., Єрохін С.А., Стороженко О. А. Фінансовий менеджмент: Курс лекцій / За наук. ред. д.е.н., проф. М.М.Єрмошенка. – К.: Національна академія управління, 2004. – 506 с.
8. Жилинська О., Нечушкіна С. Бенчмаркінг у системі розвитку підприємств // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. - №4.
9. Комерческая деятельность производственных предприятий (фирм): Учебник / Под ред. д-ра экон. наук, проф. О.А.Новикова, д-ра экон. наук, проф. В.В.Щербакова. – СПб.: Изд -во СПбГУЭФ, 1999.
10. Корінев В.Л. Цінова політика підприємства: Монографія. – К.: КНЕУ, 2001. – 257 с.
11. Котельников В. Модель бізнесу і її шість компонентів. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.cecsi.ru/coach/business\\_model.html](http://www.cecsi.ru/coach/business_model.html).
12. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб: Питер Ком, 1998.

13. Мазаракі А.А., Ушакова Н. М., Лігоненко Л.О. Економіка торговельного підприємства: Підручник для вузів / Під ред. проф. Н.М.Ушакової. – К.: Хрещатик, 1999.
14. Маркетинг для магістрів: Навч. посібник / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М.Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. – 928 с.
15. Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник / За ред. Л.В.Балабанової. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2004. – 354 с.
16. Осипова Л. В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.
17. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2000.
18. Ревуцька Н.В. Формування бізнес-моделі підприємства (за матеріалами підприємств харчової промисловості України): Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 [Електронний ресурс] / Н.В. Ревуцька; Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2005. – 20 с.
19. Сооляттэ А. Бізнес-моделі компаній: визначення, еволюція, класифікація. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.klubok.net/article2302>.
20. Boyd H., Massey W. Marketing Management. - Mc Grow Hill, New York, 1972.
21. Gray E.R., Smeltzer L.R. Management. – L., 2001. – 453 p.
22. Hutt M.D., Speh T.W. Business marketing management. – L., 2001. – 341 p.
23. Jain P.K. Marketing management of co-operative sector in Ukraine. – J., 2001.- 591 p.
24. Park W., Zaltman G. Marketing Management. – L., 2001. - 324 p.
25. Pearson E.A. Developing Short Range Marketing Plans. - Hinsdale, Illinois, 1972.
26. The Ultimate Marketing Plan: Target Your Audience! Get Out Your Message! Build Your Brand! / by Dan S. Kennedy. – 2013.
27. Zig zigar's secrets of closing the sale (For Anyone Who Must Get Others to Say Yes!) By Zig Zigar. – N. Y.: «Berkley Books», 2000.

## **20. Інформаційні ресурси**

28. Українська асоціація маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uam.in.ua>.
29. Энциклопедия маркетинга: [Електронний ресурс]. – режим доступу:- <http://www.marketing.spb.ru//mibif/3/index.htm>
30. Стандарти ЮНІДО для складання бізнес-планів. [Електронний ресурс]. – режим доступу: [http://www.ek-ua.com/business-plan/UNIDO\\_standards.pdf](http://www.ek-ua.com/business-plan/UNIDO_standards.pdf)
31. Приклади бізнес планів. [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/biznes-plan>
32. 10 Ways to Create a Successful Business Pitch: <https://startupnation.com/start-your-business/successful-business-pitch/>