**HARMONOGRAM**

**1 dzień – 7 h wykłady (3.5 pkt) 2 dzien – 6 h warsztaty (3 pkt)**

**Część 1. Detaliczny rynek handlu paliwami w Polsce**

**Część 2.      Stacja paliw jako nieruchomość z potencjałem handlowym**

2.1. Stacja paliw - nieruchomość o złożonym charakterze

2.2. Stacja paliw jako obiekt wyceny

2.3. Klasyfikacja stacji paliw

**Część 3. Modele funkcjonowania stacji paliw**

3.1. Modele funkcjonowania stacji paliw

3.2. Umowa o prowadzenie stacji (ajencyjna)

3.3. Umowa franczyzowa

**Część 4.      Informacje niezbędne do wyceny stacji paliw**

4.1. Due diligence - pojęcie, cel, obszary analizy

4.2. Due diligence w wycenie stacji paliw

**Część 5.      Analiza potencjału handlowego**

5.1. Ocena ogólnej atrakcyjności lokalizacyjnej

5.2. Potencjał lokalizacyjny sprzedaży paliw

5.3. Marża na sprzedaży paliw

5.4. Sprzedaż pozapaliwowa

**Część 6.      Kalkulacja wartości stacji paliw**

6.1. Podstawy wyceny metodą zysków wg standardów polskich

6.2. Rachunek wyceny stacji paliw

6.3. Ustalenie udziału właściciela nieruchomości w dochodzie ze stacji paliw

6.4. Ustalenie stopy kapitalizacji lub stopy dyskontowej

**Część 7. Wycena stacji paliw jako przedsiębiorstwa a wycena stacji jako nieruchomości**

**Część 8.  Przykłady wycen  nieruchomości stacji paliw**

8.1. STACJA MIEJSKA

8.2. STACJA TRANZYTOWA

8.3. STACJA AUTOMATYCZNA

8.4. WYCENA WARTOŚCI ODTWORZENIOWEJ STACJI PALIW

8.5. WYCENA CZYNSZU ZA STACJĘ

Część 7 i 8 w drugim, warsztatowym dniu szkolenia