



Факультет	технологий и бизнеса	
Кафедра	экономики и управления	
Направление подготовки	38.03.01 Экономика	
Направленность (профиль)	Экономика	
Бизнес-планирование		Б1.В.12

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого»  
ФГБОУ ВО «ТГПУ им. Л.Н. Толстого»

УТВЕРЖДЕНА

на заседании Ученого совета университета  
протокол №8 от 31 августа 2017 г.

## Рабочая программа дисциплины «Бизнес-планирование»

**Трудоемкость: 5 зачетных единиц**

**Квалификация выпускника: Бакалавр**

**Форма обучения: очная, заочная**

**Год начала подготовки: 2016, 2017**

Заведующий кафедрой \_  Л. Е. Басовский

Декан \_  А. А. Потапов

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата.....	3
3. Объем дисциплины и виды учебной работы.....	3
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.....	4
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	6
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	7
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	7
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	7
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	9
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	31
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	33
7.1. Основная литература.....	33
7.2. Дополнительная литература.....	33
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	33
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	34
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	35
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	36
12. Аннотация рабочей программы дисциплины.....	37
Разработчик.....	37
13. Лист регистрации изменений к рабочей программе дисциплины.....	38

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,  
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Достижение планируемых результатов обучения, соотнесенных с общими целями и задачами ОПОП, является целью освоения дисциплины.

Планируемые результаты освоения образовательной программы (код и название компетенции)	Планируемые результаты обучения	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы
ПК – 4: способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	<b>Выпускник знает:</b> - Теории описания экономических процессов, построения стандартных теоретических и эконометрических моделей; - Сведения в области интерпретации полученных результатов. <b>Умеет:</b> - Разрабатывать основные разделы бизнес-плана; - Строить теоретические и экономические модели.	В соответствии с учебным планом
ДПК -1: способностью проводить оценку платежеспособности и кредитоспособности потенциального заемщика	<b>Выпускник знает:</b> - Систему проведения оценки платежеспособности и кредитоспособности потенциального заемщика <b>Умеет:</b> - Проводить оценку платежеспособности и кредитоспособности потенциального заемщика	В соответствии с учебным планом

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА**

Дисциплина «Бизнес-планирование» относится к дисциплинам вариативной части образовательной программы бакалавриата (Блок 1).

**3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ**

Вид учебной работы	Объем часов/ зачетных единиц по формам обучения	
	очная	заочная
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>180</b>	<b>180</b>
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)</b>	<b>58</b>	<b>18</b>
в том числе:		
лекции	24	6
практические занятия	20	6
лабораторные работы (включая защиту отчета по лабораторным работам)	12	6
КСР	2	
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>86</b>	<b>153</b>

Бизнес-планирование		Б1.В.12			
в том числе:					
внеаудиторная самостоятельная работа по подготовке к лекционным занятиям		12	30		
внеаудиторная самостоятельная работа при подготовке к практическим занятиям		10	24		
внеаудиторная самостоятельная работа по подготовке к лабораторным занятиям и защите отчета,		6	12		
подготовка к контрольной работе		6	6		
выполнение заданий для самостоятельной работы в модульной объектно-ориентированной динамической учебной среде Moodle		6	9		
внеаудиторная самостоятельная работа над курсовой работой		36	36		
подготовка к экзамену		10	36		
<b>Контроль</b>		<b>36</b>	<b>9</b>		
<b>Промежуточная аттестация в форме экзамена</b>					
<b>4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ</b>					
<b>Очная форма обучения</b>					
Наименование тем (разделов)		Количество академических или астрономических часов по видам учебных занятий			
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Другие виды занятий (КСРС, контроль, ...)	Самостоятельная работа обучающихся
Тема 1. Бизнес - план, его значение в становлении и развитии предпринимательской деятельности.		4	6		6
Тема 2. Организационно -правовые формы предпринимательских структур.		4	6		6
Тема 3. Структура и содержание разделов бизнес-плана		4	6		6
Тема 4. План маркетинга, организационный план. Производственный план.		6	8		8
Тема 5. Финансовый план и оценка рисков		6	6		8
подготовка к контрольной работе					6
КСРС				2	
курсовая работа					36
подготовка к экзамену					10
Всего		24	32	2	86
Контроль				36	
<b>ИТОГО</b>					<b>180</b>
Тула		Страница 4 из 39			

Бизнес-планирование		Б1.В.12		
<b>Заочная форма обучения</b>				
Наименование тем (разделов)	Количество академических или астрономических часов по видам учебных занятий			
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Другие виды занятий (КСРС, контроль,...)	Самостоятельная работа обучающихся
Тема 1. Бизнес - план, его значение в становлении и развитии предпринимательской деятельности.	1	2		14
Тема 2. Организационно -правовые формы предпринимательских структур.	1	2		14
Тема 3. Структура и содержание разделов бизнес-плана	2	2		14
Тема 4. План маркетинга, организационный план. Производственный план.	1	4		16
Тема 5. Финансовый план и оценка рисков	1	2		17
подготовка к контрольной работе				6
курсовая работа				36
подготовка к экзамену				36
Всего	6	12		153
Контроль			9	
<b>ИТОГО</b>	<b>180</b>			
<p><b>Тема 1. Бизнес - план, его значение в становлении и развитии предпринимательской деятельности.</b> Процесс становления предпринимательства. Сущность и содержание бизнес-планирования. Цели и задачи бизнес-плана. Понятие предпринимательской идеи. Банк идей. Этапы разработки и реализации предпринимательской идеи: генерирование идеи, деловое проектирование, подготовка бизнес-плана, принятие предпринимательского решения, управление предпринимательским проектом; реализация проекта.</p> <p><b>Тема 2. Организационно -правовые формы предпринимательских структур.</b> Виды организационно - правовых форм. Особенности бизнес-планирования как формы планирования. Назначение бизнес-планирование. Бизнес-план как рабочий инструмент для управления предприятием и контроля за его деятельностью</p> <p><b>Тема 3. Структура и содержание разделов бизнес-плана.</b> Виды разделов типового бизнес-плана: аналитические, ключевые, приложения. Титульный лист, оглавление, меморандум конфиденциальности, резюме. История бизнеса организации (описание отрасли, характеристика объекта бизнеса организации). Правовой статус организации (юридический план). Организация и управление. Анализ финансового состояния организации. Анализ бизнес-среды организации.</p> <p><b>Тема 4. План маркетинга, организационный план. Производственный план. Маркетинговый план.</b> Определение спроса и возможностей рынка. Стратегия маркетинга. Маркетинг-микс. Определение ценовой стратегии. Разработка организационной структуры фирмы. Функциональная, дивизиональная, командная структуры. Производственная программа предприятия. Планируемый объем продаж. Потребности в основных фондах. Расчет потребности в ресурсах. Расчет потребности в персонале и заработной плате. Потребность в инвестициях. Исследовательские и внедренческие разработки.</p> <p><b>Тема 5. Финансовый план и оценка рисков.</b> Финансовый план. Его основные разделы: инвестиционная политика; управление оборотным капиталом, дивидендная политика; ставка дис-</p>				
Тула		Страница 5 из 39		

континирования; финансовые прогнозы; учетная политика; система управленческого контроля. Оценка и страхование риска. Хеджирование. Анализ риска. Основы финансового риска.

## **5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Самостоятельная работа по дисциплине «Бизнес-планирование» имеет своей целью закрепление необходимых знаний, умений, отработанных на аудиторных практических занятиях, при выполнении самостоятельных практических заданий. Также задачей самостоятельной работы является развитие навыков работы с литературой (основной и дополнительной), используя ресурсы библиотек университета, ЭБС, материалы, содержащиеся в локальной электронной библиотеке.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на углубление и закрепление знаний, а также развитие практических умений, повышение творческого потенциала студентов и заключается в:

- работе студентов с лекционным материалом, поиске и анализе литературы и электронных источников информации по заданной теме;
- выполнении заданий для самостоятельной работы в системе управления обучением MOODLE;
- изучении теоретического материала к практическим занятиям;
- изучении теоретического материала к лабораторным работам;
- изучение теоретического материала для подготовки к курсовой работе;
- подготовке к контрольным работам;
- подготовке к экзамену.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины для самостоятельной работы обучающихся включает в себя комплект учебно-методического сопровождения дисциплины (учебники, опорные конспекты лекций, методические рекомендации по выполнению практических заданий, электронный вариант РПД), доступный студентам в системе управления обучением MOODLE, а также из локальной сети ФГБОУ ВО «ТГПУ им. Л. Н. Толстого» и с сайта университета из раздела «Электронное обучение» и может использоваться в процессе выполнения самостоятельной

работы <http://moodle.tspu.ru/course/category.php?id=568&perpage=40&page=1>

### **5.1. Методическое обеспечение лекционного курса**

Методическое обеспечение лекционного курса используется для самостоятельного изучения и повторения теоретического материала, теоретической подготовки к практическим занятиям и экзамену:

1. Шишкин А. Н. Бизнес-планирование: Курс лекций. Электронный ресурс. URL: <http://moodle.tspu.ru/course/category.php?id=568&perpage=40&page=1>

### **5.2. Методическое обеспечение практических (семинарских) занятий**

Методическое обеспечение практических занятий используется для подготовки, проведения и контроля аудиторной и самостоятельной работы студентов, для выполнения домашних заданий к практическим занятиям:

1. Шишкин А. Н. Бизнес-планирование: методические указания для подготовки к практическим занятиям. Электронный ресурс. URL: <http://moodle.tspu.ru/course/category.php?id=568&perpage=40&page=1>

### **5.3. Методическое обеспечение курсовых работ**

Методическое обеспечение курсовых работ используется для подготовки, оформления и защиты курсовых, используется для контроля самостоятельной работы студентов.

1. Шишкин А. Н. Методические указания по выполнению курсовой работы: Методические указания для студентов, обучающихся по направлению «Экономика» Электронный ресурс. URL: <http://moodle.tspu.ru/course/category.php?id=568&perpage=40&page=1>

### **5.4. Методическое обеспечение лабораторных работ**

Методическое обеспечение лабораторных работ используется для подготовки к выполнению лабораторных работ, для подготовки отчётов по лабораторным работам, используется для контроля самостоятельной работы студентов.

1. Шишкин А. Н. Лабораторный практикум по бизнес-планированию: Методические указания для студентов, обучающихся по направлению «Экономика» Электронный ресурс. URL: <http://moodle.tsput.ru/course/category.php?id=568&perpage=40&page=1>

**5.5. Методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

1. Шишкин А. Н. Бизнес-планирование: Методические рекомендации по организации самостоятельной работы:

URL: <http://moodle.tsput.ru/course/category.php?id=568&perpage=40&page=1>

**5.6. Темы, выносимые на самостоятельную проработку**, для конспектирования и подготовки докладов по изученному материалу с последующей защитой на практических занятиях:

1. Задачи юридического обеспечения разработки бизнес-плана.
2. Содержание юридического раздела бизнес-плана.
3. Выбор организационно-правовой формы предпринимательской деятельности в юридическом разделе бизнес-плана.
4. Понятие риска. Классификация рисков.
5. Методы оценки рисков при бизнес-планировании.
6. Качественный и количественный анализ рисков.
7. Понятие и расчет норматива оборотных средств.
8. Расчет потребности в оборотных средствах в бизнес-плане.
9. Состав и структура финансовой части бизнес-плана.
10. Подходы к оценке эффективности инвестиций и показатели эффективности инвестиций.
11. Оценка экономической, бюджетной, коммерческой и социальной эффективности инвестиционных проектов.

**6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлен в пункте 1 рабочей программы. Этапы формирования компетенций определяются учебным планом.

**6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Компетенции: способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (ПК - 4); способностью проводить оценку платежеспособности и кредитоспособности потенциального заемщика (ДПК-1).

Показатели оценивания	Критерии оценивания
<p><b>Выпускник знает:</b> теории описания экономических процессов, построения стандартных теоретических и эконометрических моделей; сведения в области интерпретации полученных результатов; систему проведения оценки платежеспособности и кредитоспособности потенциального заемщика (ПК - 4); (ДПК - 1).</p>	<p>Оценка «отлично» выставляется, если студент в целом за семестр набрал от 86 до 100 баллов (с учетом баллов, набранных на промежуточной аттестации).                      Оценка «хорошо» выставляется, если студент в целом за семестр набрал от 72 до 85 баллов (с учетом баллов, набранных на промежуточной аттестации).                      Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент в целом за семестр набрал от 59 до 71 баллов</p>

Бизнес-планирование		Б1.В.12
<b>Умеет:</b> разрабатывать основные разделы бизнес-плана; строить теоретические и экономические модели; проводить оценку платежеспособности и кредитоспособности потенциального заемщика. (ПК - 4); (ДПК - 1).	(с учетом баллов, набранных на промежуточной аттестации). Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент в целом за семестр набрал менее 59 баллов (с учетом баллов, набранных на промежуточной аттестации).	
<p>Критерии оценивания компетенций формируются на основе балльно-рейтинговой системы с помощью всего комплекса методических материалов, определяющих процедуры оценивания знаний, умений, характеризующих данный этап формирования компетенций (пункты 6.3, 6.4).</p> <p align="center"><b>Критерии оценки знаний студентов на защите курсовой работы</b></p>		
Оценка	Требования	
«Отлично»	Студент полностью раскрыл теоретические основы темы курсовой работы, используя для этого не менее 15 источников; привел интересные примеры, разработал предложения по совершенствованию бизнес-планирования на примере конкретной организации; студент разработал грамотную программу бизнес-плана и проанализировал полученные данные; студент обобщил теоретический и практический материал, сформулировал заключительные положения, сделал выводы; студент правильно оформил курсовую работу и своевременно сдал ее научному руководителю на проверку; студент подготовил очень хорошее выступление, дал исчерпывающие ответы на все вопросы во время защиты курсовой работы.	
«Хорошо»	Студент достаточно полно раскрыл теоретические основы темы курсовой работы, используя для этого не менее 10 источников; студент разработал программу бизнес-плана исследования конкретной проблемы обработал и проанализировал полученные данные; студент обобщил теоретический и практический материал, сформулировал заключительные положения, сделал выводы; студент правильно оформил курсовую работу и своевременно сдал ее научному руководителю на проверку; студент подготовил хорошее выступление, дал исчерпывающие ответы на большинство вопросов во время защиты курсовой работы.	
«Удовлетворительно»	Студент в основном раскрыл теоретические основы темы курсовой работы, используя для этого не менее 5 источников; студент привел пример бизнес-плана конкретного предприятия без предложений по ее совершенствованию; студент в общих чертах подвел итоги проделанной работы; студент оформил курсовую работу с некоторыми отклонениями от требований, с опозданием сдал ее научному руководителю на проверку; студент подготовил выступление, дал ответы на некоторые вопросы во время защиты курсовой работы.	
«Неудовлетворительно»	Студент не раскрыл теоретические основы темы курсовой работы, использовал менее 5 источников; студент не привел практические примеры по выбранной теме; студент оформил курсовую работу с существенными отклонениями от требований, с опозданием сдал ее научному руководителю на проверку; студент подготовил слабое выступление или не подготовил его вообще, не ответил на большинство вопросов во время защиты курсовой работы.	
<p align="center"><b>Критерии оценки знаний студентов на экзамене</b></p> <p>Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно знает теории описания экономических процессов, построения стандартных теоретических и эконометрических моделей; в области интерпретации полученных результатов; проведения финансового анализа, бюджетирования и управления денежными потоками.. Исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал, умеет увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем</p>		
Тула		Страница 8 из 39



не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материалы литературы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает теории описания экономических процессов, построения стандартных теоретических и эконометрических моделей; в области интерпретации полученных результатов; проведения финансового анализа, бюджетирования и управления денежными потоками. Грамотно и по существу излагает материал, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми умениями и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет поверхностные знания теории описания экономических процессов, построения стандартных теоретических и эконометрических моделей; в области интерпретации полученных результатов; проведения финансового анализа, бюджетирования и управления денежными потоками. Допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при решении задач.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Контроль и оценка результатов освоения осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, проверки СРС.

### **6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Оценка знаний, умений по дисциплине осуществляется при помощи следующих средств:

#### **Заданий практических занятий:**

##### Практическая работа №1

##### Использование бальной оценки при формировании SWOT-анализа

##### Описание деятельности ООО «Радар»

Целью деятельности ООО «Радар» является качественное и полное удовлетворение потребностей организаций и частных лиц в услугах, а также получение прибыли.

Гостиница предлагает гостям следующие услуги: Круглосуточный прием и размещение гостей; Ресторан (Большой выбор закусок и широкий ассортимент напитков. Музыка, танцы, караоке); Бар (Непринужденная обстановка для общения с друзьями); Круглосуточная охрана; Круглосуточный обмен валют и банкомат; Круглосуточное обслуживание номеров; Услуги экспресс-почты DHL; Тренажерный зал; Сауна; Массажный кабинет; Конференц-зал; Заказ авиабилетов; Факсимильная связь; Индивидуальный сейф; Парикмахерская; Предоставление электроприборов: чайник, фен, утюг.

Гостям по их желанию предоставляется полный пансион (завтрак, обед и ужин). Завтрак входит в стоимость проживания. Время завтрака, обеда и ужина постоялец выбирает сам. В любое время можно заказать кофе, чай, напитки, холодные закуски.

Несомненным достоинством гостиницы является уникальная кухня, включающая старинные и современные блюда, отличающиеся разнообразием и богатством вкусовых ощущений.

В нашей гостинице к целевым функциям можно относиться: Прием и размещение гостей; Производство питания; Продажу номеров; Организацию деловых встреч и конференций.

А, к функциональным можно отнести: Обеспечение безопасности; Бухгалтерский учет; Административную деятельность.

Важной проблемой формирования структуры управления отелем является создание не только структуры в целом, но и ее органов управления: Руководства; Функциональной структуры; Вспомогательной структуры.

Руководство высшего звена также принимает решение, какую систему расчетов с клиентами использовать на предприятии. Но часть этих вопросов может быть передана на рассмотрение нижестоящим звеньям управления, если на генерального директора возложено слишком много полномочий и обязанностей.

В организации ООО «Радар» четко распределены полномочия и меры ответственности по каждой должности, имеются должностные инструкции. Должностная инструкция дает подробное описание функций, полномочий, сфер ответственности и отношений работника с другими. Она служит для направления деятельности новых работников, уменьшает случаи недопонимания и противоречий по вопросам ответственности и полномочий.

Организационные отношения между структурными подразделениями осуществляются в условиях косвенной связи. Они сводятся к принятию соответствующими руководителями обязательных для исполнения управленческих решений, регулирующих деятельность работников, непосредственно подчиняющихся другим (линейным) руководителям. Эти решения обычно предписывают методы работы, т.е. конкретные действия, направленные на достижение целей, поставленных перед работником.

SWOT-анализ организации

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (S):	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (W):
Хороший имидж гостиницы Разнообразное меню ресторане Возможность резервирования столиков по электронной почте Ориентация деятельности ресторанов в значительной степени на удовлетворение потребностей клиентов	Устаревшее оборудование Слабая организация маркетинговой информационной системы на предприятии Отсутствие опыта маркетинговых исследований Неэффективное использование работников
ВОЗМОЖНОСТИ (O):	УГРОЗЫ (T):
Расширение ассортимента Развитие информационных технологий Использование современных систем автоматизации Возможность обслуживания дополнительных групп потребителей	Ожесточение конкуренции Изменение вкусов и потребностей клиентов Инфляционные процессы Снижение количества проживающих в гостинице «Радар»

Выявление проблем деятельности предприятия (на основании этого материала необходимо сформировать не менее 5 проблем)

Стимулирование сбыта, в свою очередь, используется очень слабо: ресторан «Радар» при гостинице предоставляет скидки на праздники и торжества. Формированию привлекательного образа фирмы в глазах общественности, т.е. public relations, также не уделяется должное внимание: из традиционных методов PR можно выделить лишь выставки кулинарных искусств, рекламные проспекты. Но использование Интернет позволяет значительно дополнить традиционные приемы и снизить затраты. Ресторанным комплексом применяются следующие средства Интернет: размещение на Web-сайте выпуска новостей, информации о новинках, фотографий блюд и полученных наград, и др. Чтобы гостиница считалась успешным, необходимо учитывать все факторы, влияющие на конкурентные позиции его продукции: качество товара, ассортиментный набор, поэтому товарная политика занимает важное место в повышении конкурентоспособности всего предприятия. Основными критериями формирования ассортиментной политики являются спрос и предложение на рынке продуктов, специй и напитков. Анализируя предложение, можно определить так

называемые слабые места в меню, определить в каком из ресторанов его следует доработать. Оптимизация номенклатуры блюд позволяет гарантировать предприятию относительно стабильные объемы реализации, покрытие расходов и уровня прибылей.

Задание

1. Построить таблицу в которой по пятибальной системе определить парную зависимость факторов свот-анализа;
2. Сформировать круг проблем
3. Построить таблицу в которой поставить номера проблем характеризующих парную зависимость свот анализа
4. Распределить проблемы согласно рангам.
5. Сделать рекомендации на основе свот-анализа.

Практическая работа №2

Построение матрицы БКГ

Что бы построить матрицу БКГ, необходимо провести следующий анализ, отраженный в таблицах 1 и 2

Таблица 1 Рост рынка (РР, ось ординат)

№ п/п	Продукция	Объем реализации		Доля в общем объеме продаж за 2014 год	Отношения показателя за 2014 год к 2013 году
		2013 год, тыс	2014 год, тыс		
1	Кондитерские изделия	74340	53990	0,10	0,73
2	Молочная продукция	100780	80210	0,14	0,80
3	Хлебобулочные изделия	70420	59450	0,11	0,84
4	Виноводочные изделия	103840	122220	0,22	1,18
5	Колбасные изделия	242985	246687	0,44	1,02
	Итого	592365	562557	1,00	

Теперь необходимо построить таблицу, которая характеризует относительную долю на рынке исследуемой организации по сравнению с конкурентами. В данном случае будем использовать основного конкурента – «SPAR» (табл. 2.10)

Таблица 2 Относительная доля на рынке (ОДР ось абсцисс)

№ п/п	Продукция	Объем реализации		Отношения показателя исследуемой организации к основному конкуренту
		ООО «Прогресс»	Основной конкурент	
1	Кондитерские изделия (СЗХ 1)	15	20	0,75
2	Молочная продукция (СЗХ 2)	12	18	0,67
3	Хлебобулочные изделия (СЗХ 3)	10	12	0,83
4	Виноводочные изделия (СЗХ 4)	23	17	1,35
5	Колбасные изделия (СЗХ 5)	13	15	0,86

На основании полученных данных можно построить саму матрицу (рисунок 1), так как получены координаты всех необходимых стратегических зон хозяйствования. Присвоим нумерацию зонам хозяйствования согласно очередности их в таблице. Таким образом, кондитерские изделия попадают в первую зону хозяйствования (пример построения показан на рисунке 1) и т. д. Размер кругов зависит от доли каждой СЗХ в общем объеме продаж (таблица 1).

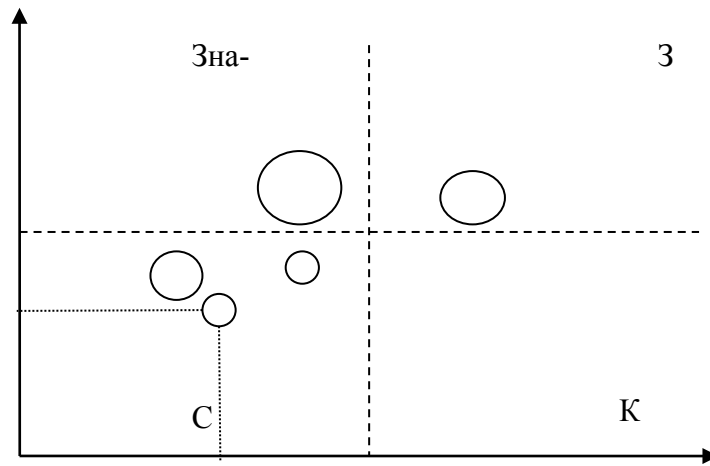


Рис. 1. Матрица БКГ

Исследуемой организации не хватает звезд. Достаточно много групп товаров попадают в квадрант «Собаки», что делает положение компании достаточно затруднительной по состоянию рынка на момент исследования. Здесь необходимо решить судьбу колбасных изделий путем создания конкурентных преимуществ. Так как по своему объему – это наиболее весомая доля в общей массе то необходимо предпринять активные меры по продвижению данного товара в квадрант «Звезды», что значительно улучшить финансовое состояние организации. Что касается групп 2 и 3, то необходимо их перевести в квадрант «Знаки вопросов». Это позволит компании в дальнейшем работать уже над завоевание более высокой доли на рынке. Группу 1 придется пока оставить на месте, так как организации будет сложно работать одновременно с такой сложной группой, оказавшейся достаточно низка по отношению к росту рынка, и занимающая небольшую долю на рынке.

Группа 4 находится в достаточно комфортной зоне и по этому необходимо предпринимать усилия для удержания позиций и их укрепления.

Необходимо внедрять программы по репозиционированию или улучшению товара. Таким образом после преобразования в стратегии планируется следующее расположение основных групп товаров (рисунок 2).

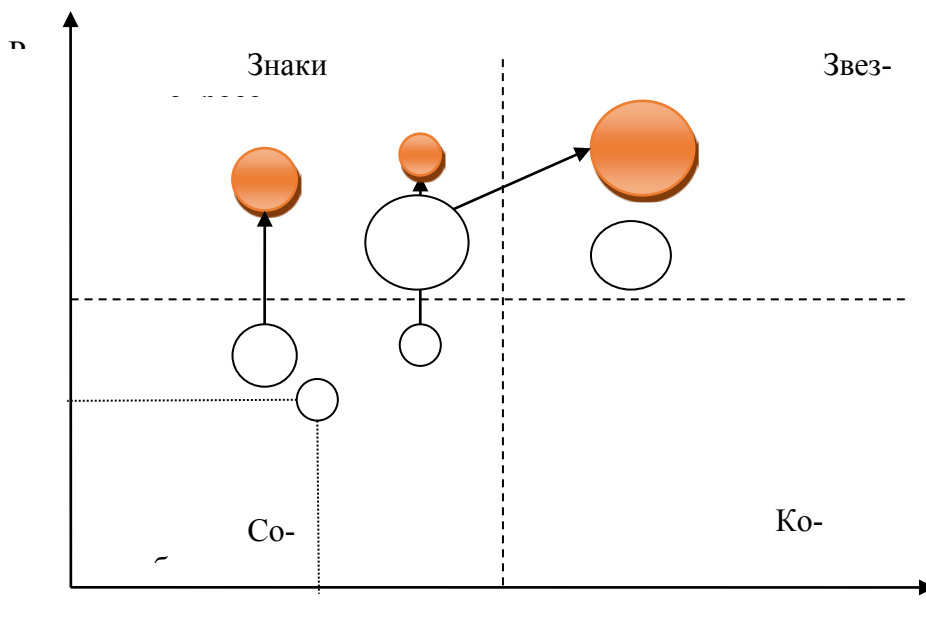


Рис. 2 Прогнозируемая матрица БКГ

Бизнес-планирование				Б1.В.12	
Вид продукции	Объем реализации, тыс. руб.		Доля рынка (%), 2014		Доля в общем объеме на 2014 год
	2013	2014	фирмы	конкур.	
1. Игрушка «Багира»	256,8	564,96	8	32	
2. Игрушка «Барсик»	124,41	124,4	50	50	
3. Игрушка «Кот Бегемот»	133,98	132,95	62	31	
4. Игрушка «Гаврюша»	116,44	115,0	57	43	
5. Игрушка «Долматин»	256,8	1001,52	2	14	
6. Игрушка «Дракоша»	175,45	75,18	7	6	
7. Игрушка «Тигр Жорик»	67,48	122,99	12	88	
8. Игрушка «Слоник»	87,73	350,92	6	7	
9. Игрушка «Умка № 2»	73,37	47,69	16	32	
Итого, общий объем реализации					

Задание:

1. Построить таблицы характеризующие «Рост рынка» и «Общую долю на рынке»
2. Построить матрицу БКГ
3. Дать рекомендации по изменению стратегии

#### Практическая работа №3

Оценка конкурентов при помощи бально-рейтинговой системы и коэффициента конкурентоспособности

##### I. Оценка конкурентов при помощи простой бальной системы

Для того что бы оценить конкурентов при помощи простой бальной системы необходимо сформировать таблицу в которой расположить все критерии в столбик по которым будет производиться сравнение и за тем в остальных столбцах расположить оцениваемую компанию и конкурентов. После этого необходимо при помощи аналитического метода расставить оценки используя любую бальную шкалу, например от 1 до 5 или от 1 до 10. При этом необходимо учитывать, что чем шире диапазон, тем точнее будет оценка. Далее в строке итого подсчитывается итоговое значение баллов и делается вывод. Пример изложен ниже.

Формы конкурентоспособности	«Шансон»	Конкуренты	
		«Авторадио»	«РР»
Рекламная услуга			
Уровень качества	5	5	5
Рейтинг радиостанции	4	3	5
Уникальность рекламного ролика (наличие или отсутствие аналогов)	5	4	4
Личный подход к каждому клиенту	3	4	5
Многовариантность форм, режимов оказания услуг	2	4	4
Наличие и качество сопутствующих услуг	3	3	2
Итого	22	23	24

Таким образом компания «Шансон» находится на последнем месте среди своих основных конкурентов.

##### II. Оценка конкурентов при помощи бально-рейтинговой системы

Данный вид анализа осуществляется поэтапно:

1. Необходимо определить к какой категории относится критерий по которому производится оценка. Всего предлагается три категории:
  - Высокая значимость – 3 балла
  - Средняя значимость - 2 балла
  - Низкая значимость – 1 балл
2. После этого необходимо в правую колонку записать результат умножения категории значимости на оценку сделанную по простой бальной системе.

3. После этого необходимо подсчитать сумму баллов в левых колонках (получившийся результат после перемножения) и согласно результатам сделать вывод. Пример изложен ниже.

Формы конкурентоспособности	Уровень значимости			«Шансон»		Конкуренты			
	Выс	Ср	Низ			«Авторадио»		«РР»	
Рекламная услуга									
Уровень качества	3			5	15	5	15	5	15
Рейтинг радиостанции		2		4	8	3	6	5	10
Уникальность рекламного ролика (наличие или отсутствие аналогов)									
Личный подход к каждому клиенту	3			5	15	4	12	4	12
Многовариантность форм, режимов оказания услуг			1	3	3	4	4	5	5
Наличие и качество сопутствующих услуг			1	2	2	4	4	4	4
	3			3	9	3	9	2	6
Итого				22	52	23	46	24	52

По результатам сделать вывод

III. Оценка конкурентов при помощи коэффициента конкурентоспособности

Рассчитать коэффициенты конкурентоспособности предприятий с учетом значимости факторов: качество товара – 4 балла, цена – 3 балла, качество сервиса на конкретном рынке – 2 балла, эксплуатационные расходы по использованию товара – 1 балл. Исходные данные по экспертной оценке по 5-балльной системе представлены в таблице.

Предприятие	Экспертная оценка факторов конкурентоспособности			
	качество	цена	сервис	эксплуатационные расходы
1	4,3	1,8	5	5
2	2,4	1,8	1,4	5
3	2,6	2	3,4	5
4	4,3	2,4	3	5

Изделие-эталон будет иметь следующие параметры:

1. Качество товара – 4
2. Цена – 3
3. Качество сервиса – 2
4. Эксплуатационные расходы – 1

Дадим изделию-эталону оценку – 1, тогда факторы будут иметь следующие оценки:

1. Качество товара – 0,4 ((4/(4+3+2+1))
2. Цена – 0,3
3. Качество сервиса – 0,2
4. Эксплуатационные расходы – 0,1

Определим коэффициенты конкурентоспособности для каждого предприятия:

$$K = g_i \cdot a_i,$$

где: K – коэффициент конкурентоспособности;  $g_i$  – оценки факторов конкурентоспособности для определенного предприятия;  $a_i$  – оценки факторов конкурентоспособности для изделия-эталона

- 1 предприятие =  $4,3 \cdot 0,4 + 1,8 \cdot 0,3 + 5 \cdot 0,2 + 5 \cdot 0,1 = 3,76$
- 2 предприятие =  $2,4 \cdot 0,4 + 1,8 \cdot 0,3 + 1,4 \cdot 0,2 + 5 \cdot 0,1 = 2,28$
- 3 предприятие =  $2,6 \cdot 0,4 + 2 \cdot 0,3 + 3,4 \cdot 0,2 + 5 \cdot 0,1 = 2,82$
- 4 предприятие =  $4,3 \cdot 0,4 + 2,4 \cdot 0,3 + 3 \cdot 0,2 + 5 \cdot 0,1 = 3,54$

Ответ: 1 предприятие =3,76;2 предприятие =2,28;3 предприятие=2,82;4 предприятие =3,5.

**Тем, выносимых на самостоятельную проработку,** для конспектирования и подготовки докладов по изученному материалу с последующей защитой на практических занятиях:

1. Задачи юридического обеспечения разработки бизнес-плана.
2. Содержание юридического раздела бизнес-плана.
3. Выбор организационно-правовой формы предпринимательской деятельности в юридическом разделе бизнес-плана.
4. Понятие риска. Классификация рисков.
5. Методы оценки рисков при бизнес-планировании.
6. Качественный и количественный анализ рисков.
7. Понятие и расчет норматива оборотных средств.
8. Расчет потребности в оборотных средствах в бизнес-плане.
9. Состав и структура финансовой части бизнес-плана.
10. Подходы к оценке эффективности инвестиций и показатели эффективности инвестиций.
11. Оценка экономической, бюджетной, коммерческой и социальной эффективности инвестиционных проектов.

**Тестовых заданий контрольной работы:**

1. Что такое запрос:
  - А) Это чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо;
  - Б) Это нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным укладом и личностью индивида
  - В) Это потребность, подкрепленная покупательской способностью
  - Г) Чувство нехватки чего-либо
2. Товар – это
  - А) все, что находится на рынке Б) все, что может удовлетворить потребность или нужду;
  - В) все, что может себе представить покупатель Г) все, что производится
3. Сколько условий соблюдаются для совершения товарообмена:
  - А) 2 Б)3 В)4 Г) 5
4. Обмен - это
  - А) коммерческий обмен ценностями      В) коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами
  - Б) акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен
  - Г) обмен ценностями в виде субсидий, благотворительных акций
5. Какое количество обстоятельств предполагает сделка:
  - А) 1 Б)2 В)3 Г) 4
6. Что такое рынок по определению маркетологов:
  - А) совокупность существующих и потенциальных покупателей товара Б) место, где происходят торговые сделки
  - В) совокупность покупателей и продавцов Г) совокупность покупателей
7. Сколько основных функций выполняет маркетинг:
  - А) 1 Б)2 В) 3 Г) 4
8. Что не относится к уровням потребления:
  - А) частное и предпринимательское Б) личное и семейное В)производственное Г) общественное
9. Из скольких этапов состоит процесс сегментации рынка:
  - А) 4 Б) 5 В) 6 Г) 7
10. Чем определяется длина канала товародвижения:
  - А) Числом независимых участников на каждом уровне Б) Числом независимых посредников
  - В) общим количеством участников Г) общим количеством покупателей

11. Какое количество определяющих факторов влияет на создание службы маркетинга на предприятии:
- А) 2 Б) 3 В) 4 Г) 5
12. Что не относится к основным функциям рекламы:
- А) информационная Б) увещательная В) развивающая Г) напоминающая
13. Что не относится к функциям выполняемых ценой на уровне предприятия:
- А) координационная Б) учетная В) стимулирующая Г) распределительная
14. Сколько групп цен выделяют в Российской хозяйственной практике:
- А) 2 Б) 3 В) 4 Г) 5
15. Сколько видов цен существует исходя из обслуживаемой сферы товарного обращения:
- А) 4 Б) 5 В) 6 Г) 7
16. Сколько этапов включает в себя процесс ценообразования:
- А) 3 Б) 4 В) 5 Г) 6
17. Сколько возможно вариантов установления уровня цены:
- А) 1 Б) 2 В) 3 Г) 4
18. Что является основным источником собственных средств предприятия:
- А) Добавочный капитал Б) Уставной капитал В) Резервный капитал Г) Денежный фонд
19. Как образуется и какой объем должен составлять резервный фонд:
- А) ежегодно из чистой прибыли, определяется уставом, но не менее 13% от уставного капитала,  
Б) не менее 10% от всех денежных поступлений ежегодно  
В) ежегодно из чистой прибыли, определяется уставом, но не менее 15% от уставного капитала  
Г) ежегодно из чистой прибыли, определяется уставом, но не менее 10% от уставного капитала
20. Что такое фонд потребления:
- А) денежные средства, образуемые из чистой прибыли и направленные на удовлетворения материальных потребностей работников;  
Б) денежные средства, образуемые из чистой прибыли и направленные на развитие производства;  
В) денежные средства, образуемые из чистой прибыли и направленные на погашение убытков;  
Г) денежные средства, образуемые из чистой прибыли и направленные на формирования фонда накопления;
21. Что не относится к внутренним источникам финансовых ресурсов образованных за счет собственных средств:
- А) прибыль от основной деятельности; Б) прибыль от выполняемых НИР  
В) прибыль от реализации вышедшего имущества Г) прибыль от финансовых операций
22. Что не относится к внешним источникам финансовых ресурсов поступивших в порядке перераспределения:
- А) страховые возмещения по рискам; Б) дивиденды, проценты по ценным бумагам  
В) кредитные инвестиции Г) финансовые ресурсы, поступающие от союзов, ассоциаций
23. Сколько ключевых вопросов возникает у начинающего предпринимателя:
- А) 2  
Б) 3  
В) 4  
Г) 5
24. Сколько подсистем входят в систему финансового менеджмента:
- А) 1



Б) 2

В) 3

Г) 4

25. Что не входит в обязанности финансового менеджера:

А) Финансовый анализ и планирование

Б) Финансовый учет

В) Финансирование инвестиций

Г) Кредитная политика

26. Что является основным источником информации об устойчивости финансового состояния партнера:

А) отчет о прибылях и убытках

Б) бухгалтерский баланс

В) Отчет о движении капитала

Г) Бухгалтерская отчетность и чистые активы

27. На какое количество видов можно разделить все сделки:

А) 2

Б) 3

В) 4

Г) 5

28. Что не относится к основным сделкам:

А) купля-продажа продукции

Б) аренда товаров, работ, услуг

В) аренда факторов производства

Г) страхование грузов

29. Сколько существует методов проведения коммерческих сделок

А) 1

Б) 2

В) 3

Г) 4

30. сколько этапов в себя включает проведение коммерческой сделки:

А) 2

Б) 3

В) 4

Г) 5

**Материалы для выполнения лабораторных работ:**

Лабораторная работа №1.

Тема: Составление статей бизнес-плана: резюме, описание продукта.

Цель: научиться составлять статьи бизнес-плана: резюме, описание продукта. При описании последней статьи составить график при помощи программы Excel.

Необходимая информация для выполнения работы:

### **БИЗНЕС-ПЛАН-ОСНОВА СОЗДАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Бизнес-план — это документ, в котором описываются все основные аспекты предпринимательской деятельности, анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяются основные способы решения этих проблем.

Не стоит думать, что бизнес-план необходим только крупным предприятиям, организующим свое дело с размахом. Как показывает мировая практика, он нужен для всех форм и видов предпринимательства, и прежде всего для того, чтобы тщательно проанализировать свои идеи, проверить их разумность, реалистичность и уменьшить тем самым риск неудачи. Кроме того, бизнес-план необходим для предоставления тем, у кого предприниматель собирается занять деньги или иное имущество на реализацию проекта, для подтверждения реалистичности задуманного дела и способности возратить кредит, арендованное имущество.

В зависимости от конкретного характера и условий предстоящей деятельности — объема производства, вида продукции (услуги), ее новизны и т.п. — состав и структура бизнес-плана могут

существенно различаться, но содержательная сторона должна быть одной и той же. Как правило, бизнес-план состоит из следующих разделов: описание продукта (услуги), оценка конкурентов, стратегия маркетинга, план производства, организационный, финансовый план.

Бизнес-план начинается с конца, т. е. с резюме. Оно, конечно же, должно готовиться в самом конце работы, когда готовы все остальные разделы, и вы вместе со своими сотрудниками и внешними консультантами достигли полной ясности во всех аспектах вашего проекта. Работа над резюме чрезвычайно важна, поскольку если оно не произведет благоприятного впечатления на тех, к кому вы обращаетесь за инвестициями, то дальше они ваш бизнес-план читать просто не станут и уж тем более средств не дадут.

Объем резюме не должен составлять более четырех машинописных страниц.

Готовя бизнес-план для представления своим будущим кредиторам или инвесторам (в том числе и акционерам), вы должны постоянно держать в голове два вопроса, которые будут интересовать их прежде всего: «Что я получу при успешной реализации этого бизнес-плана, и каков риск потери моих денег?»

### РЕЗЮМЕ

Резюме - это самостоятельный рекламный документ, т.к. в нем содержатся основные положения всего бизнес-плана. Это будет единственная часть, которую будут читать большинство потенциальных инвесторов. А инвестор захочет прежде всего узнать следующую информацию: размер кредита, для какой цели, предполагаемые сроки погашения, гарантии, кто еще собирается инвестировать проект, какие собственные средства есть. Ниже представлен пример по составлению резюме.

#### Пример резюме

Создается предприятие по ремонту и обслуживанию компьютеров, а также периферийного оборудования. Основная цель организации бизнеса — выход на рынок указанных услуг и получение прибыли. Предприятие будет оказывать услуги стационарно и на дому у клиента. Предполагается обслуживать постоянно около 20 частных клиентов и 10—15 средних фирм. На первом этапе работу будет выполнять 1 человек. В дальнейшем предполагается расширение предприятия. Квалификация сотрудников не требует финансовых затрат на дополнительное обучение. Выбранное направление деятельности устойчиво прибыльно. Предполагаемая прибыль — 6542 руб.

### ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА (УСЛУГИ)

Первый раздел любого бизнес-плана — это описание того продукта (услуги), который предприниматель собирается производить или предоставлять. В этом разделе необходимо ответить на следующие вопросы:

1. Какие потребности призван удовлетворять ваш продукт (услуга)?
2. Какой полезный эффект можно получить от вашего товара (услуги)?
3. Чем отличается ваш продукт (услуга) от товара конкурента? Полезный эффект — это то, ради чего приобретается товар.

Отличительные особенности товара — это то, что делает возможным получить полезный эффект. Однако не стоит уповать на исключительные достоинства товара. Лучше сделать упор на максимальное удовлетворение запросов рынка. Покупателю совершенно безразличны такие важные с точки зрения производителя свойства товара, как трудоемкость, материалоемкость, энергоемкость их изготовления, технологичность изделий в производстве, многие важные особенности их конструкции. Два элемента — потребительные свойства товара и цена — являются определяющими для покупателя при совершении покупки и главными составляющими конкурентоспособности товара, отражающей его отличие от товара-конкурента.

В конечном итоге люди склонны покупать то, что им нравится, а не то, что им предлагают. Это всегда нужно помнить производителю товара (услуги). Очень важный и весьма ча-

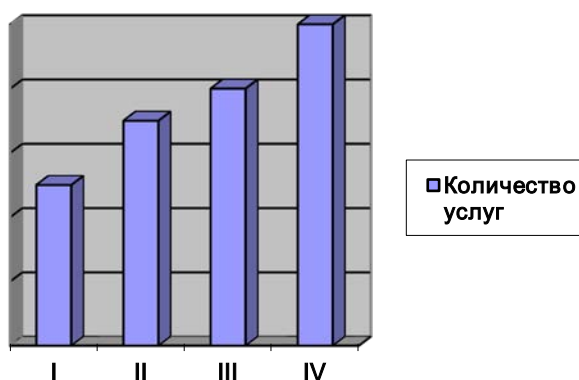
сто упускаемый из виду момент — это наглядное изображение товара: или экземпляр изделия вашего производства, или свидетельство хотя бы одного клиента, которого полностью устроили оказанные вами услуги. Без этого и вы сами не будете иметь полного представления о своих будущих проблемах и затратах, и ваши потенциальные кредиторы и партнеры не захотят вам дать деньги под идею, которая не привела к появлению хотя бы одного экземпляра вашего товара или услуги. Поэтому всегда целесообразно иметь образ вашей продукции, доведенный до товарного вида, фотографию либо рисунок товара, дающие о нем достаточно четкие представления, или детальное описание предоставляемых услуг.

В этом же разделе следует охарактеризовать основные качества вашего товара (услуги), его внешний вид, если необходимо — и упаковку, и сервисное обслуживание. На этом этапе целесообразно разработать планируемый объем сбыта или оказания услуги. Для того, что бы это сделать необходимо спланировать какое количество услуг сможет ваша организация оказывать в день, или неделю и потом соответственно умножить на количество дней в квартале или недель. Необходимо так же учесть, что в начале деятельности организации она будет пользоваться меньшей популярностью и сразу не стоит планировать много услуг. Необходимо также показать, что количество оказываемых услуг организацией растет с течением времени её пребывания на рынке.

Пример выполнения диаграммы планируемого объема сбыта или оказания услуг.

*Планируемый объем сбыта.*

Отчетный период	Количество услуг (шт)
I	50
II	70
III	80
IV	100
Итого	300



Планируемая динамика оказания услуг

#### Лабораторная работа №2.

Тема: Составление статей бизнес-плана: оценка конкурентов, стратегия маркетинга, организационный план (оплаты труда основных работников и руководящего состава).

Цель: научиться составлять статьи бизнес-плана: оценка конкурентов, стратегия маркетинга, научиться рассчитывать оплату труда основных работников и руководящего состава.

Необходимая информация для выполнения работы:

#### ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОВ

Третий раздел бизнес-плана посвящается анализу конкурентов. Не следует думать, что в условиях нашего ненасыщенного рынка такой анализ является напрасной тратой вре-

мени, сил и средств. Ведь ситуация может измениться в любой момент, а вы ориентируете свой бизнес с расчетом на будущее. Так что стоит позаботиться и об этом разделе бизнес-плана. В нем необходимо ответить на следующие вопросы:

1. Кто является вашим конкурентом сегодня, и в каком состоянии его дела: стабильны, на подъеме или идут на спад?

2. Каковы отличия вашего товара (услуги) от аналогичных товаров (услуг) ваших конкурентов?

3. Каковы, хотя бы в общих чертах, шансы и возможности появления новых конкурентов?

4. В чем вы рассчитываете их превзойти? Цель данного раздела — облегчить выбор подходящей тактики конкурентной борьбы и предостеречь свою фирму от чужих промахов. К числу типичных ошибок можно отнести попытки внедриться на перенасыщенный рынок. Детальный анализ действий конкурентов может заставить сменить стратегию и внести коррективы в текущую деятельность, дабы успешнее противостоять своим соперникам. Причем такой анализ необходимо вести постоянно хотя бы потому, что рынки пребывают в постоянном изменении и чей-то успешный дебют привлекает новых конкурентов. Воевать на два фронта трудно. Поэтому сделайте акцент на те

стороны деятельности, где у вас наблюдается определенное преимущество перед конкурентами (высокое качество продукции и обслуживания, опытный персонал — вот главные из них). Попробуйте сопоставить свои достоинства с уязвимыми моментами в деятельности соперника (конечно, при условии, что они вам известны).

Если вы четко ответите на вопросы указанных трех разделов бизнес-плана, то у вас должно сложиться определенное представление о той рыночной нише, которую вы хотите заполнить, организовав свой бизнес.

Следующий раздел бизнес-плана направлен на то, чтобы ответить на вопрос: «Какие практические шаги необходимо осуществить, чтобы реально занять определенное место на рынке?»

#### СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

Четвертый раздел — это план маркетинга. В наиболее общем виде маркетинг представляет собой взаимосвязь двух сторон: всеобъемлющее изучение рынка и потенциальных потребителей и всестороннее продвижение товаров (услуг) к этому потенциальному потребителю. «Производить то, что покупается, а не продавать то, что производится» — главная формула маркетинга. Поскольку в предыдущих разделах так или иначе была сделана оценка потребителей и конкурентов, в этом разделе бизнес-плана вас больше всего должна интересовать вторая часть маркетинга: как осуществить производство и доведение своего продукта до потребителя. Произвести товар, по своим параметрам соответствующий запросам покупателя, это лишь полдела. Его нужно доставить потенциальному потребителю и создать условия для превращения потребности в реальный спрос. Коммерческий успех фирмы в большей степени зависит от того, насколько рационально организовано движение продукции в сфере обращения. По мнению маркетологов, товародвижение по значению уступает только качеству продукции как основной причине выбора поставщиков. Основные элементы здесь следующие:

1. Схема распространения вашего товара: самостоятельно, через оптовые организации, магазины и т.д.

2. Ценообразование: как вы будете определять цену вашего товара (услуги), какую прибыль надеетесь иметь, в каких пределах можете уменьшить цену, чтобы она давала возможность окупить расходы и получить достаточную прибыль.

3. Реклама: сколько средств вы можете выделить на это, в какой форме и какими способами будете рекламировать свой бизнес.

4. Методы стимулирования потребителей: как и за счет чего вы будете привлекать новых покупателей — расширять районы сбыта, увеличивать производство, совершенствовать товар (услугу), предоставлять гарантии или дополнительные услуги клиентам и т.д.

5. Формирование и поддержание хорошего мнения о вашем бизнесе: как и какими средствами вы будете добиваться устойчивой репутации своих товаров (услуг) и самой фирмы.

### ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Шестой раздел бизнес-плана — это организационный план, в котором речь идет о том, с кем вы собираетесь организовывать свое дело и как планируете наладить его бесперебойное и успешное функционирование. В этом разделе необходимо решить следующие вопросы:

1. Какие специалисты вам понадобятся для успешного ведения дела?
2. На каких условиях вы будете привлекать специалистов — на постоянную работу, по контракту, в качестве совместителей?
3. Как будет оплачиваться труд каждого работника фирмы, на каких принципах и условиях будет осуществляться стимулирование?

Следует отметить, что к найму дополнительных работников нужно прибегать только в том случае, если это повысит доходность фирмы. Поэтому прежде чем принимать на работу новых людей, подумайте, насколько это оправданно. Только тщательный отбор кандидатуры на место может дать желаемый результат. Зарплата служащих относится к разряду постоянных издержек, поэтому необходима твердая уверенность в их целесообразности.

Другой важной проблемой предпринимательства является вопрос о том, с кем иметь дело, кого взять в компаньоны. Опыт показывает, что вступать в бизнес, организовывать свое дело следует только с хорошо известными людьми, единомышленниками, инициативными, стремящимися к успеху, на которых вы можете положиться и доверить любой вопрос совместного предпринимательства. Лучше, если компаньоны в различных сторонах своей деятельности будут дополнять друг друга. Это хороший залог успеха вашей фирмы.

В целях четкости и согласованности работы необходимо определить организационную схему фирмы, указать, кто и чем будет заниматься.

### Пример составления вышеуказанных статей АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОВ

Кризис 1997 г. очень сильно потряс рынок компьютеров и бытовой техники. С резким повышением курса доллара уменьшился объем продаж в торгующих компьютерных фирмах, а некоторым из них и вовсе пришлось закрыться. Сегодня компьютерный рынок формируется заново, и количество проданной техники в крупных фирмах достиг докризисного уровня. Очень многие фирмы, продающие компьютеры, стараясь сохранить клиентов и привлечь новых, оказывают услуги по ремонту и настройке оборудования. Некоторые уже прочно заняли ступеньку на рынке компьютеров. Среди них «Технополис», «Soft», «R-Style», «Forte», «Sunrise» и другие мощные торговые компании, уже ставшие классиками компьютерного рынка. Объем работ на рынке по обслуживанию техники настолько велик, что место остается и для мелких фирм.

Анализируя работу фирм, занимающихся обслуживанием и ремонтом компьютерной техники, выявляются следующие отрицательные стороны их деятельности — это высокая цена и не всегда качественное и добросовестное выполнение работы. Балансируя среди крупных и мелких фирм, оптимальный вариант работы — не поднимать цену до уровня лидеров и гарантировать в срок качественное выполнение заказа. Основная задача первого года работы — добиться хорошей репутации своего предприятия в глазах клиента.

### СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

Для выполнения работ по ремонту, обслуживанию компьютеров и периферийных устройств нужно иметь освещенное, хорошо проветриваемое помещение. Но при установке программных продуктов и настройке компьютеров необходимо выезжать к клиенту на дом. Предполагается, что на дому реально в день будет обслуживаться 1—3 клиента, остальная работа будет производиться стационарно. В этом плане место нахождения мастерской — на окраине города — выступает как отрицательный фактор. Но положительным моментом является то, что практически в любую точку города можно доехать на автобусе без пересадки или, по крайней мере, с одной пересадкой. Кроме того, придется посещать магазины для

приобретения комплектующих изделий. Поэтому в будущем разумно будет приобрести личный автотранспорт, так как он просто необходим для быстрого посещения клиентов и транспортировки техники в мастерскую.

Реклама способствует продвижению услуг клиенту. Рекламная компания предприятия должна носить целенаправленный характер и ставить своей целью внушение доверия к самому предпринимателю. Поэтому в рекламе необходимо подчеркнуть, что он исходит из потребностей клиента. Предпочтение отдается рекламе газетной, как более доступной и широко охватывающей. Реклама дается в специализированной газете в виде объявления. Такая реклама понадобится в течение первых месяцев работы. Когда наберется некоторый круг постоянных клиентов, необходимость в рекламе исчезнет, так как в дальнейшем будет происходить обмен информацией между клиентами. Затраты на рекламу предполагаются невысокие. Возможно, необходимость в рекламе возникнет на следующей стадии развития предприятия — при расширении, но пока этот период не рассматривается. На рекламную компанию планируется затратить 5000 рублей в год.

#### ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Расчет прямого фонда заработной платы руководителей и служащих.

Прямой фонд заработной платы руководителей и служащих может быть оформлен в виде таблицы.

##### *Прямой фонд заработной платы руководителей и служащих*

Наименование	Кол-во человек	Оклад (в месяц), руб.	Заработная плата в год, руб.
Директор	1	20000	240000
Бухгалтер-экономист и агент по рекламе	1	18000	216000
Уборщица	1	6000	72000
Итого			528000

Таким образом, прямой фонд зарплаты руководителей и служащих составляет: 528000 рублей.

##### *Прямой фонд заработной платы руководителей и служащих*

Наименование	Кол-во человек	Оклад (в месяц), руб.	Заработная плата в год, руб.
Работник	1	15000	180000
Наладчик	1	14000	168000
Грузчик	1	13000	156000
Итого			504000

Таким образом, прямой фонд зарплаты руководителей и служащих составляет: 504000 рублей.

#### Штатное расписание

Штатное расписание может быть записано в виде таблицы.

##### *Штатное расписание*

Штатная единица	Количество человек	Заработная плата в год, руб.	Отчисления по ФОТ (26 %), руб	Итого, руб.

Бизнес-планирование			Б1.В.12	
Сдельщик	1	17500	6737,5	24237,5
Мастер 1	1	25661	9879,5	35540,5
Мастер 2	1	25661	9879,5	35540,5
Разнорабочий	1	25661	9879,5	35540,5
Директор	1	36000	13860	49860
Бухгалтер-экономист и агент по рекламе	1	24000	9240	33240
Уборщица	1	6000	2310	8310
<b>ВСЕГО</b>	<b>7</b>	<b>160483</b>	<b>61786</b>	<b>222269</b>

### Лабораторная работа №3.

*Тема:* Составление статей бизнес-плана: план производства, расчет материальных затрат и определение цены изготавливаемой услуги.

*Цель:* научиться составлять план производства и вести расчет материальных затрат, а так же определять цену изготавливаемой услуги.

Необходимая информация для выполнения работы:

#### ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА

Содержит описание всего производственного процесса. Он готовится только теми предпринимателями, которые собираются заниматься производством какой-либо продукции или услуги.

Главная задача раздела — подтвердить расчетами, что создаваемая фирма в состоянии реально производить необходимое количество товаров (услуг) в нужные сроки и с требуемым качеством.

Здесь прежде всего нужно ответить на вопросы:

1. Где будут производиться товары — на действующем или на вновь создаваемом предприятии?

2. Какие для этого потребуются мощности сегодня и в дальнейшем?

3. Где, у кого, на каких условиях будет закупаться сырье, материалы и комплектующие детали?

4. Предполагается ли производственная кооперация и с кем?

5. Какое оборудование потребуется и где намечается его приобрести?

Одновременно решается вопрос о контроле за качеством выпускаемой продукции.

Если предполагается создать не производственное предприятие, а торговую точку, то данный раздел можно назвать «торговый план» и описать в нем процедуру закупки товаров, систему контроля за уровнем товарных запасов и план складских помещений. В этом случае надо ответить на вопросы:

1. У кого предполагается закупать товар?

2. Есть ли подходящее помещение для магазина и для склада?

Завершить данный раздел бизнес-плана необходимо оценкой возможных издержек производства и их изменений в перспективе.

Пример составления вышеуказанных статей

Расчет материальных затрат и определение цены изготавливаемой услуги.

1. Расчет стоимости производственного оборудования и инструментов.

Планируется взять в аренду или приобрести следующее производственное оборудование:

#### Оборудование

Тип оборудования	Стоимость	Принятое количество оборудования	Площадь занимаемая оборудованием
Фен	1000	1	3,79
Компьютер	12000	1	0,78

Бизнес-планирование			Б1.В.12
Стол	10000	1	0,61
Кресла	1600	1	8,61
Кондиционер	25000	1	9,64
Солярий	75000	1	0,6
Массажный стол	20000	1	6,3
Итого	540000	8	30,33

В процессе начала функционирования может потребоваться неучтенное оборудование, которое мы можем взять в размере 10% от стоимости всего оборудования.

Расчет стоимости аренды помещения.

Планируется затратить на аренду: 10000 рублей в год.

Расчет затрат на текущий ремонт оборудования и помещений.

Затраты на текущий ремонт оборудования входят по договору в состав арендной платы производственного оборудования.

Затраты на текущий ремонт помещения входят по договору в состав арендной платы помещения.

Расчет стоимости материалов.

Стоимость материалов составляет 10000 рублей.

Расход электроэнергии.

Оплата электроэнергии будет осуществляться за счет денежных поступлений на счет ООО "Коллега". Расчет суммы оплаты производится на основании паспортных данных на оборудование и фактического времени его работы и запланирована в размере 2000 рублей в год.

Коммунальные платежи.

Планируется, что коммунальные платежи входят в состав арендной платы помещения.

Прочие расходы.

Прочие расходы включают в себя расходы на канцелярские товары, автотранспортные перевозки, хозяйственные нужды, средства личной гигиены, а так же необходимые инструменты и составляют 2000 рублей в год.

Рекламная политика.

На рекламную компанию планируется затратить 5000 рублей в год.

Калькуляция себестоимости

Калькуляция себестоимости (по статьям калькуляции), в рублях может быть оформлена в таблицу.

По данным приведенным в таблице мы видим, что полная себестоимость составит 284269 рублей.

Расчет цены услуги

Планируется принять рентабельность 20%.

Так как  $Рентабельность = \frac{Прибыль}{Себестоимость\ производства}$ , то

Прибыль = Себестоимость продукции · Рентабельность.

Прибыль = 284269 · 20% = 56853,8 руб.

Выручка = Прибыль + Себестоимость

Выручка = 56853,8 + 284,269 = 341122,8 руб.

Так как цена на 1 услугу равна отношению выручки к годовой программе, то:

Цена за 1 ремонт =  $\frac{341122,8}{300} = 1364,49$  руб.

Где 300 – является вашей запланированной годовой программой.



Бизнес-планирование	Б1.В.12
Калькуляция себестоимости	
Статьи затрат	Сумма затрат
Затраты на материалы	10000
Затраты на оплату труда основных работников	94483
Отчисления на социальные нужды по зарплате основных работников (35,6%)	36376
<i>Накладные расходы:</i>	
а) расходы на оплату труда руководителей и служащих	66000
б) отчисления на социальные нужды по зарплате руководителей и служащих (35,6%)	25410
в) аренда помещения (по договору в состав арендной платы входят коммунальные платежи и затраты на текущий ремонт помещения)	10000
г) аренда производственного оборудования (по договору в состав аренды входят затраты на текущий ремонт оборудования)	30000
д) аренда неучтенного оборудования	3000
е) расход электроэнергии	2000
ж) рекламная политика	5000
з) прочие расходы	2000
<b>Итого (по накладным расходам)</b>	<b>143410</b>
<b>Итого (полная себестоимость)</b>	<b>284269</b>

#### Лабораторная работа №4.

Тема: Составление финансового плана. Оценка рисков. Построение точки безубыточности.

Цель: *Научится составлять финансовый план и оценивать риски при производстве определенного товара или услуги.*

Необходимая информация для выполнения работы:

#### ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Следующий раздел бизнес-плана — финансовый план. Он обобщает в стоимостном выражении возможные результаты принятых решений по предыдущим разделам бизнес-плана.

Финансовый план включает: расчет величины и определение источника получения средств, необходимых для организации дела, прогноз объемов реализации, баланс денежных расходов и поступлений, таблицу доходов и затрат, сводный баланс активов и пассивов предприятия, график достижения безубыточности.

В том случае, если собственных средств для организации дела не хватает, приходится прибегать к кредитам. Однако прежде чем их взять, необходимо просчитать свою потребность в заемных средствах и соизмерить ее с возможностями своевременного погашения ссуды, тем более, что кредит сейчас выдается в основном на короткий срок и под высокие проценты.

Прибегая к ссуде или вкладывая собственные средства, необходимо знать, как «сработают» эти деньги, какой доход принесут. Важно убедиться, что прибыль от использования кредита окажется выше затрат по его привлечению.

Другой способ привлечения необходимых средств – найти партнера, желающего вложить свои деньги и тот или иной капитал (здание, оборудование и т.д.) в дело. Правда, в этом случае возникает так называемая партнерская собственность, и доход от бизнеса делится либо поровну, либо в зависимости от величины вложенного капитала, в том числе и акционерного.

Прогноз объема реализации даст представление о доле рынка, которая будет охвачена выпускаемой продукцией.

Баланс денежных доходов и расходов – документ, определяющий суммы денег, вкладываемых в проект с разбивкой по времени от момента начала организации фирмы. Главная задача баланса – проверить синхронность поступления денежных средств от реализации

продукции и их расходования, то есть определить достаточность этих средств на каждый момент времени.

Таблица доходов и затрат показывает: доходы от продажи товаров, издержки от их производства, суммарную прибыль от продаж, общепроизводственные расходы (по видам), чистую прибыль.

Сводный баланс активов и пассивов фирмы составляется на начало и конец первого года существования проекта. Он служит основой для оценки специалистами коммерческих банков добротности источников финансирования и целесообразности вложения капитала.

Раздел рекомендуется заканчивать графиком безубыточности. График дает возможность определить объем производства (критическую программу), при котором фирма начнет получать прибыль.

Квалифицированное решение финансовых вопросов — одна из самых ответственных проблем для предпринимательства. От этого в значительной степени зависит прибыльность деятельности предпринимателя, успех дела.

Однако нередко стремление предпринимателя все сделать самому, нежелание перепоручить что-либо кому-либо приводит не к самым лучшим результатам. А поскольку речь идет о таком специфическом вопросе, как финансы, где требуются специальные знания, то неудачные решения в этой области могут привести к плачевным результатам или к потере части прибыли.

Чтобы избежать такого нежелательного варианта, целесообразно в случае необходимости прибегать к услугам толкового финансиста. Конечно, это дополнительные расходы, но они с лихвой окупятся нахождением с помощью специалиста более выгодного варианта действий.

Таким образом, в результате проделанной работы вы составили план действий по достижению поставленных целей. Разработка бизнес-плана дает возможность трезво оценить свое предприятие, выявить его слабые и сильные стороны, определить, что потребуется для осуществления деятельности фирмы, оценить открывающиеся перспективы, предвидеть возможные трудности, не дать им перерасти в серьезную проблему, докопаться до причин затруднений, а значит, найти пути их устранения. Если затеваемое вами дело находится на грани банкротства, план объяснит, почему дешевле отказаться от сомнительной затеи, чем на собственном опыте учиться тому, чему план научил бы вас в течение нескольких часов сосредоточенной работы по его составлению.

Истинный предприниматель тем и отличается, что не пасует перед трудностями, сохраняет веру в себя и свое дело при неудачах, не боится в очередной раз начать все сначала. Неутомимость, наличие и использование своеобразного внутреннего подзавода позволяют ему справиться с собственной неопределенностью и спадом в настроении и работе и в конечном счете добиться желаемого результата, испытывая на своем пути не только огорчения, но нередко и огромное удовольствие, ведь деньги не являются единственным мотивирующим фактором для предпринимателя.

### ОЦЕНКА РИСКОВ

Понятие риска, его оценки, прогнозирования и даже управления им — вещь малознакомая для отечественных предпринимателей, хотя их повседневная деятельность сопряжена с таким уровнем риска, при котором любой западный предприниматель даже не подумал бы браться за дело. Но вот приемы «цивилизованного» обращения с коммерческими рисками действительно знакомы пока немногим. Конечно, здесь возможен различный уровень анализа. Для крупных проектов необходим тщательный просчет рисков с использованием социального, к сожалению, довольно сложного, математического аппарата теории вероятностей. Для проектов же попроще (и подешевле) достаточен анализ риска с помощью чисто экспертных методов.

Ассортимент рисков весьма широк: от пожаров и землетрясений до забастовок и межнациональных конфликтов, изменений в налоговом регулировании и колебании валютных курсов. Конечно, вероятность каждого риска различна, так же как сумма убытков, которые они могут вызвать. От вас требуется хотя бы ориентировочно оценить то, какие риски для вас наиболее вероятны и во что они (в случае их реализации) могут вам обойтись.

### ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ

Деление затрат на постоянные и переменные лежит в основе метода, который широко распространен в экономике. Впервые он был предложен в 1930 г. инженером Уолтером Раутенштраухом как способ планирования, получивший известность под названием графика критического объема производства, или графика безубыточности.

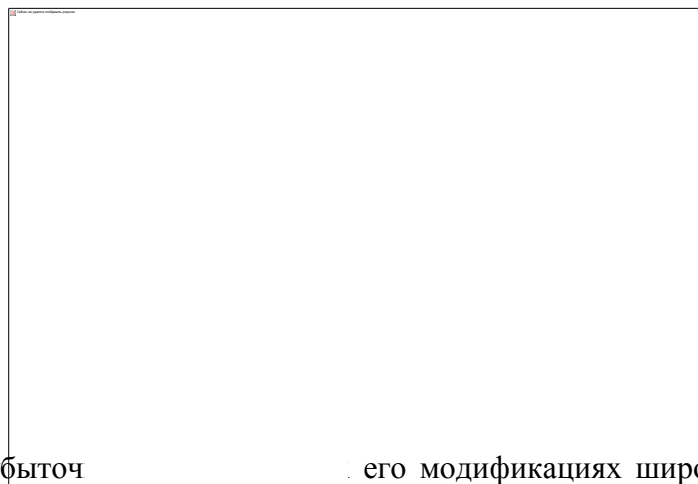


График безубыточности в его модификациях широко используется в современной экономике. Несомненным преимуществом этого метода является то, что с его помощью можно быстро получить довольно точный прогноз основных показателей деятельности предприятия при изменении условий на рынке.

При построении графика безубыточности предполагается, что не происходит изменений цен на сырье и продукцию за период, на который осуществляется планирование; постоянные издержки считаются неизменными в ограниченном диапазоне объема продаж; переменные издержки на единицу продукции не изменяются при изменении объема продаж; продажи осуществляются достаточно равномерно.

При построении графика по горизонтальной оси откладывается объем производства в единицах изделий или в процентах использования производственной мощности, а по вертикальной - затраты на производство и доход. Затраты откладываются с подразделением на постоянные (ПОИ) и переменные (ПИ). Кроме линий постоянных и переменных издержек, на графике отображаются валовые издержки (ВИ) и выручка от реализации продукции (ВР).

Точка пересечения линий выручки и валовых затрат представляет собой точку безубыточности (К). Эта точка интересна тем, что при соответствующем ей объеме производства и продаж (Вкр) у предприятия нет ни прибыли, ни убытков. Объем производства, соответствующий точке безубыточности носит название критического. При объеме производства меньше критического предприятие своей выручкой не может покрыть затраты и, следовательно, результатом его деятельности являются убытки. Если объем производства и продаж превышает критический, предприятие получает прибыль.

Пример выполнения вышеуказанных статей  
**Финансовый план**

Поступления	Платежи
От учредителей (уставной капитал) – 10000 руб.     Выручка 409347,36	Приобретение сырья и материалов – 10000 Руб  Зарплата всех категорий работающих – 160483 Руб  Отчисления на социальные нужды – 61786 Руб  Аренда производственного оборудования и помещений (с учетом коммунальных платежей и затрат на ремонт) – 43000 Руб.  Электроэнергия – 2000 Руб

Бизнес-планирование		Б1.В.12
	Прочие расходы – 2000 Руб. Рекламная политика – 5000 Руб.	
Итого поступлений 419347,36	Итого платежей 352493,56	
<p>Разница между поступлениями и платежами составляет:  <math>419347,36 - 352493,56 = 66853,8</math></p> <p>Основные экономические показатели деятельности ООО.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Объём реализации, руб. 409347,36</li> <li>2. Число работников, чел. 7 в том числе занятых в производстве 4</li> <li>3. Выручка на 1 рабочего, руб. <math>341122,8 / 4 = 85280,7</math></li> <li>4. Прибыль, руб. 56853,8</li> <li>5. Затраты на 1 рубль выручки = <math>\frac{\text{Себестоимость}}{\text{Выручка}} = \frac{284269}{341122,8} = 0,833</math></li> <li>6. Затраты на 1 рубль выручки = <math>\frac{\text{Себестоимость}}{\text{Выручка}} = \frac{284269}{409347,36} = 0,694</math></li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>ОЦЕНКА РИСКОВ</b></p> <p>Для формирования этого пункта бизнес-плана необходимо выделить наиболее важных три риска, которые могут привести к сбою в работе и оценить ущерб. Например если у нас не выходит на работу рабочий выполняющий основную функции и из него производство не может работать, а мы знаем, что по плану у нас в этот день планируется пять услуг, то необходимо перемножить пять услуг на среднюю цену услуги и тогда получим финансовые потери от исследуемого нами риска. Причем так как мы не знаем в каком квартале это произойдет, то необходимо подсчитать пессимистический прогноз, т. е. взять максимальное количество услуг по четвертому кварталу в день и оптимистический прогноз, т. е. взять количество производимых услуг в день по 1 кварталу.</p> <p>Существует риск возможных потерь от пожаров и коммунальных затоплений, поэтому необходимо застраховать имущество, находящееся в мастерской. При этом указывается сумма страховки для внесения её в общие расходы фирмы.</p> <p style="text-align: center;"><b>ПРИМЕР ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТОЧКИ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ</b></p> <p>По графику безубыточности (схемы, показывающей влияние на прибыль объемов производства, цены на изделия и себестоимости продукции) определяем точку безубыточности <math>Q_{\text{без}}</math>, т. е. Тот объем производства, при котором, при заданном уровне цен достигается безубыточность производства, а дальнейшее увеличение объемов реализации изделий ведет к появлению и увеличению прибыли.</p> <p>Постоянные издержки = накладным расходам = 143 410 руб.</p> <p>Переменные издержки = Полная себестоимость – Постоянные издержки = 284269 – 143410 = 140859 руб.</p> $Q_{\text{без}} = \frac{\text{Постоянные издержки}}{\text{Цена одной услуги} - \frac{\text{Переменные издержки}}{\text{Годовая программа}}}$ $Q_{\text{без}} = \frac{143410}{1364,49 - \frac{284264 - 143410}{300}} \approx 160 \text{ услуг (см. график)}$ <p>В стоимостном выражении: 160 услуг · 1364,49 = 218645,88 руб.</p>		
<b>Заданий самостоятельной работы в системе Moodle</b>		
Тула		Страница 28 из 39

**Задача 1**

Определить остаточную восстановительную стоимость офисного здания (ОВС), имеющего следующие характеристики. Площадь здания составляет 2000 кв. м; здание построено 12 лет назад и предполагаемый общий срок его жизни — 60 лет. Из нормативной практики строительных организаций следует, что удельные затраты на строительство точно такого же нового здания составляют 350 дол./кв. м.

**Задача 2**

Определить остаточную стоимость замещения (СЗО) для здания больницы, построенной 20 лет назад, используя следующую информацию:

известные проектные затраты на сооружение современного аналога такой же (по масштабам и профилю) больницы составили 4500000 дол.;

в проект новой больницы, наряду с применением современных нормативов (экологических, строительных, здравоохранения и т. д.), было дополнительно (в сравнении с оцениваемой больницей) включено ее оснащение комплексом средств оптоволоконной связи сметной стоимостью в 300000 дол.;

экспертами, с учетом произведенных в течение прошедших 20 лет работ по нормативному содержанию объекта, установлена общая длительность жизненного цикла оцениваемой больницы — 80 лет.

**Задача 3**

Оценить капитализированную стоимость предназначенного для аренды производственно-технического центра площадью 20 тыс. кв. м при годовой арендной плате в 300 дол./кв. м, среднегодовом проценте заполняемости производственно-технических модулей арендаторами в 90%, налоговых платежах собственника за землю под центром в 600 тыс. дол. в год и расходах на содержание, охрану центра и все прочее в 1,2 млн дол. в год. Считать, что показатель доходности подобного арендного бизнеса составляет 12%.

**Задача 4**

Сохранив условия задачи 3, оценить величину капитализированной стоимости объекта при увеличении показателя доходности в 1,5 раза — до 18%.

**Задача 5**

Вернувшись к исходным данным условия задачи 3, определить, как изменится величина оценки капитализированной стоимости производственно-технического центра при уменьшении ставки арендной платы до 200 дол./кв. м (в 1,5 раза).

**Примерных тем курсовых работ**

1. Анализ бизнес среды фирмы при бизнес-планировании.
2. Совершенствование внутрифирменного планирования предприятия.
3. Организация планирования деятельности фирмы.
4. Сущность планирования в рыночных условиях.
5. Методологические основы планирования.
6. Долгосрочное, стратегическое планирование в организации.
7. Разработка и формирование стратегии фирмы.
8. Планирование ресурсного обеспечения фирмы.
9. Финансовое планирование в бизнес-плане.
10. Позитивный имидж фирмы как фактор ее конкурентоспособности.
11. Бизнес – план инвестиционного проекта.
12. Бизнес – план как инструмент стратегического управления.
13. Бизнес – план оказания услуги.
14. Бизнес – план создания новой фирмы.
15. Планирование стратегии развития фирмы.
16. Разработка бизнес – плана фирмы.
17. Бизнес-планирование на предприятии.
18. Разработка бизнес – плана диверсификации деятельности фирмы.
19. Бизнес – план и его роль в повышении эффективности деятельности организации.
20. Бизнес-план как основа предпринимательской деятельности.

21. Бизнес-планирование как фактор конкурентоспособности товара или услуги.
22. Маркетинг в бизнес-планировании.
23. Зарубежный опыт бизнес-планирования.
24. Совершенствование планирования развития предпринимательской деятельности.
25. Информационные технологии в бизнес-планировании.
26. Использование бенчмаркинга в бизнес-планировании.
27. PR-кампании и бизнес – планирование.
28. Презентация бизнес-плана.
29. Процедура аудита бизнес-плана.
30. Менеджмент и бизнес-планирование.

### **Вопросов к экзамену**

- Задачи и функции бизнес-планирования.
2. Цели, задачи и этапы внедрения бизнес-планирования на предприятии.
  3. Этапы разработки бизнес-плана.
  4. Состав и содержание разделов бизнес-плана.
  5. Информационное обеспечение бизнес-плана.
  6. Источники финансирования бизнес-плана
  7. Содержание резюме в бизнес-плане, основные требования к его оформлению.
  8. Оценка рынка сбыта и потенциальных потребителей в бизнес-плане.
  9. Характеристика внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность компании.
  10. Стратегия маркетинга в бизнес-плане.
  11. Анализ конкуренции в бизнес-плане.
  12. Стратегия маркетинга в бизнес-плане.
  13. Варианты сбытовой политики фирмы, роль рекламы.
  14. Понятие жизненного цикла товара и учет его в процессе установления цены.
  15. Стратегия ценообразования: возможные варианты.
  16. Понятие и виды инфляции, методика учета ее в ценообразовании.
  17. Содержание производственного раздела бизнес-плана.
  18. Источники финансирования инвестиционной деятельности.
  19. Проблемы поиска и привлечения внешних инвестиций.
  20. Организационное планирование при разработке бизнес-плана.
  21. Задачи юридического обеспечения разработки бизнес-плана.
- Содержание юридического раздела бизнес-плана.
22. Выбор организационно-правовой формы предпринимательской деятельности в юридическом разделе бизнес-плана.
  23. Понятие риска. Классификация рисков.
  24. Методы оценки рисков при бизнес-планировании.
  25. Качественный и количественный анализ рисков.
  26. Понятие и расчет норматива оборотных средств. Расчет потребности в оборотных средствах в бизнес-плане.
  27. Состав и структура финансовой части бизнес-плана.
  28. Подходы к оценке эффективности инвестиций и показатели эффективности инвестиций.
  29. Оценка экономической, бюджетной, коммерческой и социальной эффективности инвестиционных проектов.
  30. Анализ безубыточности в бизнес-планировании.
  31. Анализ чувствительности проекта.
  32. Программное обеспечение разработки и анализа бизнес-планов.

#### 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

По дисциплине «Бизнес-планирование» разработан комплекс учебно-методических материалов в электронном виде, выполняющий обучающую, информационно-справочную и контролируемую функции. В качестве контролирующей функции комплекс используется для текущего и промежуточного контроля успеваемости. Помимо этого, он полностью обеспечивает возможность самостоятельной работы студента по материалам курса. В комплекс входят следующие учебно-методические материалы: методические рекомендации по самостоятельной работе студентов (в электронном виде), методические рекомендации по выполнению практических заданий (в электронном виде), краткий курс лекций (в электронном виде), методические рекомендации по выполнению лабораторных работ (в электронном виде), компьютерные тестовые задания.

Учебно-методические материалы комплекса используются выборочно, в зависимости от потребности.

Для формирования итоговой оценки знаний, умений используется вариант балльно-рейтинговой системы, учитывающий значительную долю практических занятий.

##### Очная форма обучения

Баллы, набранные студентом в течение семестра, складываются следующим образом:

- 1) баллы, набранные в течение семестра за конспектирование лекционных занятий (12 лекций по 2 часа) и тем вынесенных на самостоятельное изучение (6 тем, 12 часов СР) – 1 балл за 1 тему/лекцию (всего 12 лекций + 6 тем), итого 18 баллов максимум;
- 2) баллы, набранные в течение семестра в ходе подготовки, посещения и работы на практических занятиях – до 8 баллов (всего 3 практических работы), итого 24 баллов максимум;
- 3) баллы, набранные в течение семестра в ходе подготовки, посещения и работы на лабораторных занятиях – до 6 баллов (всего 4 лабораторных работы), итого 24 баллов максимум;
- 4) баллы, набранные за контрольную работу - до 9 баллов максимум;
- 5) баллы, набранные за СРС в Moodle - до 5 баллов максимум;

Таким образом, в течение семестра студент максимально может получить:

$$18 + 24 + 24 + 9 + 5 = 80 \text{ баллов.}$$

На экзамене 20 баллов

Баллы, набранные студентом в течение семестра	Баллы за промежуточную аттестацию (экзамен)	Общая сумма баллов за дисциплину в семестр	Оценка на экзамене
39 – 100	0 – 20	86– 100	Отлично
		72 - 85	Хорошо
		59 - 71	Удовлетворительно
0 – 38	0 – 20	0 – 58	Неудовлетворительно

Студент, пропустивший занятие, имеет право отчитаться по пропущенным темам.

##### Заочная форма обучения

- 1) баллы, набранные в течение семестра за конспектирование лекционных занятий (3 лекций по 2 часа) и тем вынесенных на самостоятельное изучение (15 тем, 30 часов СР) – 1 балл за 1 тему/лекцию (всего 3 лекций + 15 тем), итого 18 баллов максимум;
- 2) баллы, набранные в течение семестра в ходе подготовки, самостоятельной работы над заданиями, посещения и работы на практических занятиях – до 8 баллов (всего 3 практических работы), итого 24 баллов максимум;

Бизнес-планирование			Б1.В.12
<p>3) баллы, набранные в течение семестра в ходе подготовки, самостоятельной работы над заданиями, посещения и работы на лабораторных занятиях – до 6 баллов (всего 4 лабораторных работы), итого 24 баллов максимум;</p> <p>4) баллы, набранные за контрольную работу - до 5 баллов максимум;</p> <p>5) баллы, набранные за СРС в Moodle - до 5 баллов максимум;</p> <p>Таким образом, в течение семестра студент максимально может получить:  <math>18 + 24 + 24 + 9 + 5 = 80</math> баллов.</p> <p>На экзамене 20 баллов</p>			
Баллы, набранные студентом в течение семестра	Баллы за промежуточную аттестацию (экзамене)	Общая сумма баллов за дисциплину в семестр	Оценка на экзамене
39 – 100	0 – 20	86– 100	Отлично
		72 - 85	Хорошо
		59 - 71	Удовлетворительно
0 – 38	0 – 20	0 – 58	Неудовлетворительно
Студент, пропустивший занятие, имеет право отчитаться по пропущенным темам.			
<p><b>Очная и заочная форма обучения</b>  Для оценки курсовых работ используется следующий вариант БРС</p>			
Баллы, набранные студентом в течение семестра	Баллы за промежуточную аттестацию (защита КР)	Общая сумма баллов за работу в семестре	Оценка на зачете с оценкой
15 – 75	0 – 25	76 – 100	Отлично
	0 – 25	56 – 75	Хорошо
	0 – 25	41 – 55	удовлетворительно
0 – 15	0 – 25	0 – 40	неудовлетворительно
Критерии оценки знаний студентов на защите курсовой работы.			
Оценка	Требования		
«Отлично» (76 – 100 баллов)	Студент полностью раскрыл теоретические основы темы курсовой работы, используя для этого не менее 15 источников; привел интересные примеры, разработал предложения по совершенствованию бизнес-планирования на примере конкретной организации; студент разработал грамотную программу бизнес-плана и проанализировал полученные данные; студент обобщил теоретический и практический материал, сформулировал заключительные положения, сделал выводы; студент правильно оформил курсовую работу и своевременно сдал ее научному руководителю на проверку; студент подготовил очень хорошее выступление, дал исчерпывающие ответы на все вопросы во время защиты курсовой работы.		
«Хорошо» (56 – 75 баллов)	Студент достаточно полно раскрыл теоретические основы темы курсовой работы, используя для этого не менее 10 источников; студент разработал программу бизнес-плана исследования конкретной проблемы обработал и проанализировал полученные данные; студент обобщил теоретический и практический материал, сформулировал заключительные положения, сделал выводы; студент правильно оформил курсовую работу и своевременно сдал ее научному руководителю на проверку; студент подготовил хорошее выступление, дал исчерпывающие ответы на большинство вопросов во время защиты курсовой работы.		
«Удовлетворительно» (41 – 55 баллов)	Студент в основном раскрыл теоретические основы темы курсовой работы, используя для этого не менее 5 источников; студент привел пример бизнес-плана конкретного предприятия без предложений по ее совершенствованию; студент в общих чертах подвел итоги проделанной работы; студент оформил курсовую работу с некоторыми отклонениями от требований, с опозданием сдал ее научному руководителю на проверку; студент подготовил выступление, дал ответы на некоторые вопросы во		
Тула			Страница 32 из 39



Бизнес-планирование		Б1.В.12
	время защиты курсовой работы.	
«Неудовлетворительно» (0 – 40 баллов)	Студент не раскрыл теоретические основы темы курсовой работы, использовал менее 5 источников; студент не привел практические примеры по выбранной теме; студент оформил курсовую работу с существенными отклонениями от требований, с опозданием сдал ее научному руководителю на проверку; студент подготовил слабое выступление или не подготовил его вообще, не ответил на большинство вопросов во время защиты курсовой работы.	
<b>7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>		
<b>7.1. Основная литература</b>		
<p>1. Афонасова, М.А. Бизнес-планирование : учебное пособие / М.А. Афонасова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - Томск : Эль Контент, 2012. - 108 с. : ил.,табл. - ISBN 978-5-4332-0049-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=208641">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=208641</a></p>		
<b>7.2. Дополнительная литература</b>		
<p>1. Карамов, О.Г. Бизнес-планирование : учебно-практическое пособие / О.Г. Карамов. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 123 с. - ISBN 978-5-374-00419-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=90809">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=90809</a></p> <p>2. Словарь-справочник опорных понятий, формул и терминов по дисциплинам: «Бизнес-планирование», «Производственный менеджмент» и «Нормирование труда на предприятиях отрасли» / сост. Л.В. Карташова, Н.А. Фофанова. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2012. - 84 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=232323">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=232323</a></p>		
<b>8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>		
<p>1. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение образования «Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого» – Режим доступа: <a href="http://tsput.ru">http://tsput.ru</a>.</p> <p>2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. – Режим доступа: <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>.</p> <p>3. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования (<a href="http://standart.edu.ru/catalog.aspx?CatalogId=2588">http://standart.edu.ru/catalog.aspx?CatalogId=2588</a>).</p> <p>4. Государственная публичная научно-техническая библиотека России (ГПНТБ России). – Режим доступа: <a href="http://gpntb.ru/">http://gpntb.ru/</a>.</p> <p>5. Научная электронная библиотека ГПНТБ России. – Режим доступа: <a href="http://ellib.gpntb.ru/">http://ellib.gpntb.ru/</a>.</p> <p>6. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. – Режим па: <a href="http://www.minfin.ru">http://www.minfin.ru</a>.</p> <p>7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – Режим доступа: <a href="http://www.gks.ru">http://www.gks.ru</a>.</p> <p>8. Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>.</p> <p>9. Информационно-правовой портал Гарант.ру [Электронный ресурс]. – Режим па: <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a>.</p> <p>10. Информационно-аналитический портал GAAP.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://www.gaap.ru">http://www.gaap.ru</a>.</p> <p>11. Сайт журнала «Главбух» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://www.glavbukh.ru">http://www.glavbukh.ru</a>.</p> <p>12. Информационно-аналитическое электронное издание «Бухгалтерия.ру» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://www.buhgalteria.ru">http://www.buhgalteria.ru</a>.</p>		
Тула		Страница 33 из 39

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекции, читаемые преподавателем, являются основным ориентиром при изучении дисциплины. Методической основой освоения курса является рабочая программа по дисциплине, которую следует получить на сайте университета в сети Интернет в системе «Электронное обучение» (MOODLE) и использовать для подготовки к практическим занятиям и к экзамену.

Преподавание дисциплины включает в себя следующие образовательные технологии:

- 1) Организация лекций с использованием презентаций, выполненных с использованием мультимедийных технологий;
- 2) Использование проблемно-ориентированного междисциплинарного подхода;
- 3) Выполнение лабораторных работ.

Прямой обязанностью студента является посещение занятий, написание конспектов лекций, подготовка к практическим занятиям.

Студенту, на первой лекции, предлагается тематический план дисциплины, список рекомендуемой литературы, темы и количество расчетных практических занятий, список вопросов, выносимых на самостоятельное изучение.

К началу изучения дисциплины обучающимся необходимо:

– ознакомиться с нормативной правовой базой, устанавливающей требования к реализации ОПОП направления, используя современные профессиональные базы данных и/или информационные справочные системы и/или внутривузовское сетевое окружение;

– получить индивидуальные логин и пароль для доступа в электронную информационно-образовательную среду ТГПУ им. Л.Н. Толстого (доступ в систему Moodle и личный кабинет обучающегося ТГПУ им. Л.Н. Толстого в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»);

– ознакомиться с настоящими методическими указаниями для обучающихся по освоению дисциплины; перечнем основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; перечнем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины; перечнем учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине; методическими материалами, определяющими процедуры оценивания знаний, умений, характеризующих этапы формирования компетенций.

1. **Лекционные занятия:** студентам необходимо вести конспект лекций. Содержание лекционных занятий, приведенное в разделе 4 настоящего документа, должно быть полностью отражено в конспекте. Основной материал дается ведущим преподавателем, однако темы, выносимые на самостоятельное изучение, также должны быть отражены в конспекте.

2. **Практические занятия:** студенты должны подготовиться к каждому практическому занятию, в соответствии с темами (см. раздел 4 настоящего документа), используя материалы для самостоятельной подготовки (см. раздел 5 настоящего документа). По каждой теме необходимо прорабатывать темы для самостоятельного разбора (см. раздел 5 настоящего документа).

3. **Лабораторные работы:** студенты должны подготовиться к каждой лабораторной работе, в соответствии с темами (см. раздел 4 РПД), используя материалы для самостоятельной подготовки (см. раздел 5 РПД).

4. **Самостоятельная работа:** студентам необходимо выполнять задания преподавателя по подготовке к лекционным, практическим занятиям и лабораторным работам (см. раздел 5 настоящего документа). Отдельные вопросы темы, по причине значительного объема изучаемой информации, выносятся полностью на самостоятельное изучение студентов с обязательным конспектированием; вопросы, затронутые преподавателем на лекционных занятиях, студенты также должны проработать по лекционному материалу, основной и дополнительной литературе (раздел 5 и раздел 7 настоящего документа), Интернет-ресурсам (раздел 8 настоящего документа).

5. **Контроль самостоятельной работы:** проводится на аудиторных занятиях и на экзамене. Контроль самостоятельной работы состоит в проверке самостоятельной проработки тем дисциплины, выполнения самостоятельных заданий и в результатах проведения контрольных работ.

6. **Курсовая работа:** студентам необходимо выбрать тему курсовой работы, согласовать ее с руководителем, представить руководителю заявление на имя ректора с просьбой утвердить выбранную тему. После утверждения темы студент должен получить задание, подготовленное руководителем и утвержденное заведующим кафедрой и приступит к его выполнению. При выполнении курсовой работы, студент должен посещать консультации руководителя, общаться с руководителем используя электронную почту. Представить руководителю курсовую работу в электронном виде для проверки оригинальности текста. На защиту студент приставляет оформленную в соответствии с требованиями университета курсовую работу сделать доклад по итогам выполнения задания и ответить на вопросы комиссии. Необходимо при выполнении работы использовать методические указания для выполнения курсовых работ (см. раздел 5 РПД).

В процессе освоения дисциплины обучающимся необходимо посещать учебные занятия, выполнять задания, предусмотренные настоящей рабочей программой; самостоятельно использовать основную, при необходимости дополнительную учебную литературу, необходимую для освоения дисциплины; ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины; учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине. Также в процессе освоения дисциплины обучающимся не реже, чем раз в неделю следует отслеживать текущую информацию, при необходимости размещаемую в системе Moodle.

При изучении дисциплины используется балльно-рейтинговая система оценки успеваемости студентов, представленная в разделе 6.4 РПД.

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

Информационные технологии по дисциплине «Бизнес-планирование» применяются в следующих направлениях:

- оформление учебных работ (докладов, отчетов по практическому занятию и т.д.);
- демонстрация дидактических материалов с использованием мультимедийных технологий;
- использование информационно-справочного обеспечения, такого как: онлайн словари, справочники (Грамота.ру, Интуит.ру, Википедия и др.);
- использование специализированных справочных систем (электронных учебников, виртуальных экскурсий и справочников, коллекций иллюстраций и фотоизображений, фотобанков, профессиональных социальных сетей и др.);
- работа в обучающей среде на платформе Moodle <http://moodle.tsput.ru> (Интернет-сайт поддержки электронного обучения в ТГПУ им. Л.Н. Толстого);
- работа в системе тестирования Indigo Software Technologies – <http://indigo.tsput.ru> (Интернет-сайт тестирования ТГПУ им. Л.Н. Толстого)

Подготовка материалов и отчетов к семинарским и практическим занятиям выполняется с использованием текстового редактора (Microsoft Office Word).

Microsoft PowerPoint – для подготовки презентаций по результатам индивидуального задания (практические занятия).

Лекционный курс излагается с использованием компьютерных презентаций и мультимедийного оборудования.

**Лицензионное программное обеспечение**

1. Подписка Microsoft DreamSpark Premium - Сублицензионный договор № S-2042626/M18 от 04.06.2013 г.:

Операционные системы Windows Vista Business, Windows 7 Professional, Windows 8 Pro, Windows 8.1 Pro, Windows 10 Ent;

Компоненты Office 2007, Office 2010, Office 2013 (Access, Visio, Project и др.).

2. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian – Лицензия № 16698685 от 08.08.2003 г.

3. Программное обеспечение Microsoft Office XP Professional Win32 Russian– Лицензия № 16698685 от 08.08.2003 г.

4. Программное обеспечение Microsoft Office Enterprise 2007 Russian - Лицензия №46138962 от 16.11.2009 г.

5. Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian – Лицензия №48497058 от 13.05.2011 г.

6. Программа для распознавания текста ABBYY FineReader 9.0 Corporate Edition лицензионный сертификат - код позиции AF90-3U1V25-102, ABBYY FineReader 9.0 Corporate Edition Volume License Concurrent от 28 июля 2009 г.

7. Электронный словарь ABBYY Lingvo X3 Европейская версия - Код позиции AL14-2U1V05-102, ABBYY Lingvo x3 Европейская версия. Именная лицензия Concurrent от 28 июля 2009 г.

8. Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999 Node 2 year Educational Renewal License – Лицензия № 1894-150512-101810 от 12-05-2015 г.

**Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

компьютерная информационно-правовая система «Гарант» – регистрационный номер клиента 71-70685-000033;

официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://pravo.gov.ru>;

портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. URL: <http://fgosvo.ru>;

портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании». URL: <http://www.ict.edu.ru>.

**Бесплатно распространяемое программное обеспечение:**

– средство для просмотра графических изображений IrfanView, URL: <http://www.irfanview.com>;

– средство для просмотра PDF-файлов Adobe Acrobat Reader DC, URL: <https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat.html>;

– средство для воспроизведения мультимедиа-файлов KMPlayer, URL: <http://www.kmplayer.com>.

-Среда дистанционного обучения с открытым исходным кодом – Moodle.

## **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа представляют собой специальные помещения, оборудованные рабочими местами обучающихся, учебной доской, мультимедийной техникой, предоставляющей возможность использования информационных технологий (представления презентаций, видеодемонстраций и т.д.) и учебно-наглядных пособий.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Для проведения лабораторного практикума задействованы специализированные аудитории – компьютерные лаборатории и лаборатории информационных технологий.

Лаборатории оснащены современным оборудованием, стендами, приборами, позволяющими получать знания, умения и навыки, необходимые для формирования заявленных компетенций. Например, компьютерная лаборатория включает компьютеры с соответствующей периферией и программным обеспечением, и выходом в сеть Интернет.

Для выполнения курсовых работ используются специализированные аудитории – компьютерные лаборатории и лаборатории информационных технологий.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации задействованы специализированные аудитории – компьютерные лаборатории и лаборатории информационных технологий, читальный зал Ноби-центра ТГПУ им. Л.Н. Толстого.

Учебные аудитории для самостоятельной работы обучающихся представляют собой специальные помещения, оснащенные компьютерной техникой, имеющей доступ к информационно-телекоммуникационной сети Интернет, электронной информационно-образовательной среде ТГПУ им. Л. Н. Толстого, внутривузовскому сетевому окружению.

## 12. АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Планируемые результаты обучения при освоении дисциплины, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции: способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (ПК - 4); способностью проводить оценку платежеспособности и кредитоспособности потенциального заемщика (ДПК -1).

В результате освоения дисциплины студент должен приобрести:

Знания:

- теории описания экономических процессов, построения стандартных теоретических и эконометрических моделей;
- сведений в области интерпретации полученных результатов;
- системы проведения оценки платежеспособности и кредитоспособности потенциального заемщика.

Умения:

- разрабатывать основные разделы бизнес-плана;
- строить теоретические и экономические модели;
- проводить оценку платежеспособности и кредитоспособности потенциального заемщика.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Бизнес-планирование» относится к дисциплинам вариативной части образовательной программы бакалавриата (Блок 1).

3. Объем дисциплины 5 зачетных единиц.

4. Образовательный процесс осуществляется на русском языке.

5. Разработчик: к.э.н., доцент кафедры экономики и управления Шишкин А. Н.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Разработчик:

Фамилия, имя, отчество	Учёная степень	Учёное звание	Должность
Шишкин А. Н.	к.э.н.	Доцент	Доцент кафедры экономики и управления

**13. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ  
ДИСЦИПЛИНЫ****2016-2017 учебный год**

В рабочую программу дисциплины внесены изменения в части обновления состава необходимого комплекта лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ обучающимся.

Изменения к рабочей программе дисциплины утверждены на заседании Ученого совета университета, протокол № 2 от 16 февраля 2017 г.

**2017-2018 учебный год****Обновлен состав необходимого комплекта лицензионного программного обеспечения.**

1. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian – Лицензия № 16698685 от 08.08.2003 г.
2. Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian – Лицензия №48497058 от 13.05.2011 г., договор № Пр/16/6 от 05 апреля 2016 года.
3. Операционная система Microsoft Windows 10 Professional Russian - контракт № ПР/ФЕН/15/18 от 23.10.2015 г., договор № Пр/16/6 от 05 апреля 2016 года.
4. Программное обеспечение Microsoft Office Enterprise 2007 Russian - Лицензия №46138962 от 16.11.2009 г.
5. Программное обеспечение Microsoft Office 2013 Professional - контракт № 405535 от 2 ноября 2015 года, контракт № ПР/ФЕН/15/18 от 23.10.2015 г.
6. Программа для распознавания текста ABBYY FineReader 9.0 Corporate Edition лицензионный сертификат - код позиции AF90-3U1V25-102, ABBYY FineReader 9.0 Corporate Edition Volume License Concurrent от 28 июля 2009 г.
7. Электронный словарь ABBYY Lingvo X3 Европейская версия - Код позиции AL14-2U1V05-102, ABBYY Lingvo x3 Европейская версия. Именная лицензия Concurrent от 28 июля 2009 г.
8. Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999 Node 2 year Educational Renewal License – Лицензия № 17E0-170518-102844-823-690 от 18-05-2017 г.

**Обновлен состав современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ обучающимся.**

1. Компьютерная информационно-правовая система «Гарант» - регистрационный номер клиента 71-70685-000033.
2. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
4. Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» <http://www.ict.edu.ru>.
5. Web of Science Core Collection – политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных <http://webofscience.com>.
6. Полнотекстовый архив ведущих западных научных журналов на российской платформе Национального электронно-информационного консорциума (НЭИКОН) <http://neicon.ru>.
7. Базы данных издательства Springer <https://link.springer.com>.

Изменения к рабочей программе дисциплины утверждены на заседании Ученого совета университета, протокол № 8 от 31 августа 2017