

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«БРАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра строительных конструкций и технологии строительства

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе

_____ Е.И. Луковникова

«_____» _____ 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

Б1.В.ДВ.10.02

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

08.03.01 Строительство

ПРОФИЛЬ ПОДГОТОВКИ

Экспертиза и управление недвижимостью

Программа академического бакалавриата

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

| | |
|--|-----------|
| 1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ | 3 |
| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ | 4 |
| 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ДИСЦИПЛИНЫ | 4 |
| 3.1 Распределение объёма дисциплины по формам обучения..... | 4 |
| 3.2 Распределение объёма дисциплины по видам учебных занятий и трудоемкости | 4 |
| 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 5 |
| 4.1 Распределение разделов дисциплины по видам учебных занятий | 5 |
| 4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам | 6 |
| 4.3 Лабораторные работы..... | 7 |
| 4.4 Семинары / практические занятия..... | 7 |
| 4.5 Контрольные мероприятия: контрольная работа..... | 7 |
| 5. МАТРИЦА СООТНЕСЕНИЯ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ К ФОРМИРУЕМЫМ В НИХ КОМПЕТЕНЦИЯМ И ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 9 |
| 6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 10 |
| 7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ..... | 10 |
| 8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО – ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 10 |
| 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ..... | 11 |
| 9.1. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ | 11 |
| 9.2. Методические указания по выполнению контрольной работы | 12 |
| 10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 37 |
| 11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 37 |
| Приложение 1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине..... | 38 |
| Приложение 2. Аннотация рабочей программы дисциплины | 44 |
| Приложение 3. Протокол о дополнениях и изменениях в рабочей программе | 45 |
| Приложение 4. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости по дисциплине..... | 46 |

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

Вид деятельности выпускника

Дисциплина охватывает круг вопросов, относящихся к экспериментально-исследовательской и предпринимательской видам профессиональной деятельности выпускника в соответствии с компетенциями и видами деятельности, указанными в учебном плане.

Целью изучения дисциплины является:

- овладение студентами основ бизнес-планирования с учетом современных требований к уровню квалификации специалистов.

Задачей изучения дисциплины является:

- освоение теоретических основ бизнес-планирования; понимание его сущности.
-изучение структуры и содержания бизнес-плана; анализ конкурентов; производственный план; организационный план; план маркетинга; оценка рисков и страхование; финансовый план.

| Код компетенции | Содержание компетенций | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
|-----------------|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| ОК-3 | - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности | знать: способы использования основ экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности уметь: использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности владеть: способами использования основ экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности |
| ПК-15 | - способность составлять отчеты по выполненным работам, участвовать во внедрении результатов исследований и практических разработок | знать: способы составления отчетов по выполненным работам, участия во внедрении результатов исследований и практических разработок уметь: составлять отчеты по выполненным работам, участвовать во внедрении результатов исследований и практических разработок владеть: способностью составлять отчеты по выполненным работам, участвовать во внедрении результатов исследований и практических разработок |
| ПК-21 | -знание основ ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, способность разрабатывать меры по повышению технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства | знать: - основы ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, меры повышения технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства; уметь: — составлять сметную документацию и отчёты по утверждённым формам; владеть: — навыками основ ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, способностью разрабатывать меры по повышению технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства; |

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.10.02 Бизнес-планирование относится к элективной части.

Дисциплина Бизнес-планирование базируется на знаниях, полученных при изучении таких учебных дисциплин, как: Основы архитектуры и строительных конструкций; Технологические процессы в строительстве; Основы организации и управления в строительстве; Строительные материалы; Основы технической эксплуатации, ремонта и содержания объек-

тов.

Основываясь на изучении перечисленных дисциплин, Бизнес-планирование представляет основу для изучения дисциплин: Экономика недвижимости; Основы метрологии, стандартизации, сертификации и контроля качества Основы оценки собственности; Информационные технологии в строительстве; Основы менеджмента, планирования и контроллинга в недвижимости; Финансово-экономические аспекты недвижимости.

Такое системное междисциплинарное изучение направлено на достижение требуемого ФГОС уровня подготовки по квалификации бакалавр.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Распределение объема дисциплины по формам обучения

| Форма обучения | Курс | Семестр | Трудоемкость дисциплины в часах | | | | | | Контрольная работа | Вид промежуточной аттестации |
|-------------------------------|------|---------|---------------------------------|------------------|--------|---------------------|-------------------------------|------------------------|--------------------|------------------------------|
| | | | Всего часов | Аудиторных часов | Лекции | Лабораторные работы | Семинары Практические занятия | Самостоятельная работа | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| Очная | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Заочная | 3 | - | 108 | 12 | 4 | 8 | - | 92 | кр | зачет |
| Заочная (ускоренное обучение) | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Очно-заочная | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

3.2. Распределение объема дисциплины по видам учебных занятий и трудоемкости

| Вид учебных занятий | Трудоемкость, (час.) | в т.ч. в интерактивной, активной, инновационной формах, (час.) | Распределение по семестрам, час |
|--|----------------------|--|---------------------------------|
| | | | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего) | 12 | - | 12 |
| Лекции (Лк) | 4 | - | 4 |
| Лабораторные работы (ЛР) | 8 | 2 | 8 |
| Контрольная работа | + | - | + |
| Групповые (индивидуальные) консультации* | + | - | + |
| II. Самостоятельная работа обучающихся (СР) | 92 | - | 92 |
| Подготовка к лабораторным работам | 10 | - | 10 |
| Подготовка к зачету | 20 | - | 20 |
| Выполнение контрольной работы | 62 | - | 62 |
| III. Промежуточная аттестация: зачет | + | - | + |
| Общая трудоемкость дисциплины, час | 108 | - | 108 |
| зач. ед. | 3 | - | 3 |

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Распределение разделов дисциплины по видам учебных занятий - для заочной формы обучения:

| № раздела | Наименование раздела дисциплины | Трудоёмкость, (час.) | Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоёмкость; (час.) | | |
|-----------|--|----------------------|---|----------------------|------------------------------------|
| | | | учебные занятия | | Самостоятельная работа обучающихся |
| | | | лекции | лабораторные занятия | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. | Бизнес-планирование на предприятии | 5,25 | 0,25 | 1 | 4 |
| 2. | Исследование и анализ рынка сбыта | 15,5 | 0,5 | 1 | 14 |
| 3. | Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия | 17,5 | 0,5 | 1 | 16 |
| 4. | План маркетинга | 13,75 | 0,75 | 1 | 12 |
| 5. | План производства и организационный план | 13,75 | 0,75 | 1 | 12 |
| 6. | Финансовый план предприятия | 13,5 | 0,5 | 1 | 12 |
| 7. | Формирование финансовой стратегии и инвестиционные расчеты | 13,5 | 0,5 | 1 | 12 |
| 8. | Особенности различных видов бизнес-планов | 11,25 | 0,25 | 1 | 10 |
| | ИТОГО | 104 | 4 | 8 | 92 |

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам

| № раздела | Наименование раздела дисциплины | Содержание лекционных занятий | Вид занятия в интерактивной, активной, инновационной формах, (час.) |
|-----------|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Бизнес-планирование на предприятии | Цель и основные задачи дисциплины. Программа и организация изучения дисциплины. Цели, задачи, функции и принципы бизнес-планирования. Назначение бизнес-планов. Структура и последовательность разработки бизнес-плана. Организация процесса бизнес-планирования. Компьютерные технологии разработки бизнес-планов | - |
| 2. | Исследование и анализ рынка сбыта. | Формирование стратегии развития предприятия Методология исследования рынка сбыта. Классификация рынков. Оценка конъюнктуры рынка. Выбор стратегических зон хозяйствования. Позиционирование рынка. | - |
| 3. | Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия | Анализ сильных и слабых сторон предприятия. Оценка конкурентоспособности продукции предприятия. Оценка конкурентоспособности предприятия. Анализ конкурентных преимуществ предприятия | Презентация (1час) |

| | | | |
|----|---|--|-----------------------|
| 4. | План маркетинга | <p>Стратегия маркетинга. Типы маркетинга в зависимости от характера спроса.</p> <p>Товарная политика фирмы. Ассортиментная политика фирмы. Разработка и внедрение новой продукции. Рыночная атрибутика товара.</p> <p>Ценовая политика фирмы. Ценовая стратегия предприятия. Выбор метода ценообразования. Ценовая тактика предприятия. Рыночное страхование цен.</p> <p>Сбытовая политика предприятия. Каналы распространения товара. Система товародвижения.</p> <p>Коммуникативная политика предприятия. Фирменный стиль. Стратегии коммуникативной политики. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций. Инструменты комплекса маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Бюджет маркетинга.</p> | Презентация (1час) |
| 5. | План производства и организационный план | <p>Технология производства. Контроль производственного процесса. Система охраны окружающей среды.</p> <p>Производственная программа. Производственные мощности и их развитие.</p> <p>Определение потребности в ресурсах. Потребность в долгосрочных ресурсах. Потребность в оборотных средствах. Потребность в персонале.</p> <p>Прогноз затрат. Разработка сметы затрат. Разработка калькуляции себестоимости.</p> <p>Организационная структура предприятия. Управленческий персонал.</p> <p>Кадровая политика фирмы.</p> | - |
| 6. | Финансовый план предприятия | <p>Финансовая отчетность предприятия. Анализ финансово-экономического состояния предприятия.</p> <p>Планирование основных финансовых показателей. Прогноз прибылей и убытков. Прогноз налоговых платежей. Прогноз движения денежных средств.</p> <p>Финансовая оценка проектов. Оценка безубыточности работы предприятия. Оценка запаса финансовой прочности. Разработка прогнозного баланса.</p> | - |
| 7. | Формирование финансовой стратегии и инвестиционные расчеты | <p>Определение потребности в инвестициях и источников их финансирования.</p> <p>Оценка эффективности проекта. Методы оценки коммерческой эффективности. Оценка социально-экономической эффективности. Оценка бюджетной эффективности</p> | - |
| 8. | Особенности различных видов бизнес-планов | <p>Содержание бизнес-плана финансового оздоровления предприятия. Финансовый анализ (план) в плане финансового оздоровления. Рынок и конкуренция. Деятельность в сфере маркетинга. Производственный план.</p> <p>Содержание бизнес-плана инвестиционного проекта. Правила принятия инвестиционных решений. Критерии оценки инвестиций. Методология оценки инвестиций. Правила экономической оценки инвестиционных проектов.</p> <p>Разработка инвестиционных проектов. Содержание инвестиционного проекта. Техничко-экономическое обоснование. Экспертиза. Планирование осуществления проекта.</p> | - |

4.3. Лабораторные работы

| <i>№ п/п</i> | <i>Номер раз- дела дисципли- ны</i> | <i>Наименование тем лабораторных работ</i> | <i>Объем (час.)</i> | <i>Вид занятия в ин- терактивной, активной, инновацион- ной формах, (час.)</i> |
|------------------|---|--|-------------------------|--|
| 1 | 1. | Определение бизнес-плана. Основные функции бизнес-плана | 1 | - |
| 2 | 2. | Анализ рынка | 1 | - |
| 3 | 3. | Анализ основных конкурентов | 1 | |
| 4 | 4. | План маркетинговой деятельности Расчет общей потребности оборудования и необходимой массы исходного сырья | 1 | работа в малых группах (0,5 часа) |
| 5 | 5. | Организационный план. Планирование потребности в персонале и заработной плате. | 1 | работа в малых группах (0,5 часа) |
| 6 | | Разработка сметы затрат. Разработка калькуляции себестоимости. | 1 | работа в малых группах (0,5 часа) |
| 7 | 6. | Финансовый план. Оценка безубыточности работы предприятия. Оценка запаса финансовой прочности. Разработка прогнозного баланса. | 1 | работа в малых группах (0,5 часа) |
| 8 | 7. | План по рискам. Составление резюме | 1 | - |
| ИТОГО | | | 8 | 2 |

4.4. Семинары/ практические занятия

Учебным планом не предусмотрены.

4.5. Контрольная работа

Тема. Составление отдельных частей бизнес-плана.

Цель работы. Научиться планировать хозяйственную деятельность фирмы на ближайший и отдаленный периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

Содержание. Два теоретических вопроса, две практические задачи.

Структура, объем.

Контрольная работа выполняется на листах формата А4, объем 20-30 страниц.

| Оценка | Критерии оценки контрольной работы |
|-------------------|--|
| отлично | В полной мере освоил основы экономических знаний в строительной сфере, умеет составлять отчеты по выполненным работам. Владеет навыками основ ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, знает меры повышения технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства. Умеет составлять сметную документацию и отчеты |
| хорошо | В достаточной степени освоил основы экономических знаний в строительной сфере, умеет составлять отчеты по выполненным работам. Владеет достаточными навыками основ ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, в достаточной мере знает меры повышения технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства. Умеет составлять сметную документацию и отчеты |
| удовлетворительно | Удовлетворительно освоил основы экономических знаний в строительной сфере, слабо умеет составлять отчеты по выполненным работам. Слабо владеет навыками основ ценообразования и сметного нормирования в стро- |

| | |
|----------------------------|---|
| | <p>ительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, слабо знает меры повышения технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства. Слабо составляет сметную документацию и отчеты</p> |
| <p>неудовлетворительно</p> | <p>Не освоил основы экономических знаний в строительной сфере, не умеет составлять отчеты по выполненным работам. Не владеет навыками основ ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, не знает меры повышения технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства. Не умеет составлять сметную документацию и отчеты.</p> |

5. МАТРИЦА СООТНЕСЕНИЯ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ К ФОРМИРУЕМЫМ В НИХ КОМПЕТЕНЦИЯМ И ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| <i>№, наименование разделов дисциплины</i> | <i>Компетенции</i> | <i>Кол-во часов</i> | <i>Компетенции</i> | | | <i>Σ комп.</i> | <i>t_{ср}, час</i> | <i>Вид учебных занятий</i> | <i>Оценка результатов</i> |
|---|--------------------|---------------------|--------------------|--------------|--------------|----------------|----------------------------|----------------------------|---------------------------|
| | | | <i>ОК</i> | <i>ПК</i> | | | | | |
| | | | <i>3</i> | <i>15</i> | <i>21</i> | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | |
| 1. Бизнес-планирование на предприятии | | 5,25 | + | + | + | 3 | 1,75 | Лк, СРС | кр, зачет |
| 2. Исследование и анализ рынка сбыта | | 15,5 | + | + | + | 3 | 5,17 | ЛК, ЛР, СРС | кр, зачет |
| 3. Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия | | 17,5 | + | + | + | 3 | 5,83 | ЛК, ЛР, СРС | кр, зачет |
| 4. План маркетинга | | 13,75 | + | + | + | 3 | 4,58 | ЛК, ЛР, СРС | кр, зачет |
| 5. План производства и организационный план | | 13,75 | + | + | + | 3 | 4,58 | ЛК, ЛР, СРС | кр, зачет |
| 6. Финансовый план предприятия | | 13,5 | + | + | + | 3 | 4,5 | ЛК, ЛР, СРС | кр, зачет |
| 7. Формирование финансовой стратегии и инвестиционные расчеты | | 13,5 | + | + | + | 3 | 4,5 | ЛК, ЛР, СРС | кр, зачет |
| 8. Особенности различных видов бизнес-планов | | 11,25 | + | + | + | 3 | 3,75 | ЛК, ЛР, СРС | зачет |
| | | 104 | 34,66 | 34,66 | 34,66 | 3 | 34,66 | - | - |

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Черутова М. И. Бизнес-планирование: методические указания к выполнению курсовой работы / Черутова М. И., Черутова О. В. – Братск: ФГБОУ ВПО «БрГУ», 2013. – 40 с.
2. Бизнес-планирование : учебное пособие для бакалавров и специалистов / Н. Д. Стрекалова. - СПб. : Питер, 2013. - 352 с.
3. Бизнес-планирование на предприятиях лесопромышленного комплекса : учебное пособие / Н. А. Бурдин, С. В. Шарова, О. П. Лукьянова. - Москва : МГУЛ, 2009. - 212 с.
4. Горемыкин, В.А. Бизнес-план: методика разработки 25 реальных образцов бизнес-плана / В.А Горемыкин, А.Ю Богомолов.- М.: «Ось-89», 2003.-576 с.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| № | <i>Наименование издания</i> | <i>Вид занятия</i> | <i>Количество экземпляров в библиотеке, шт.</i> | <i>Обеспеченность, (экз./чел.)</i> |
|----------------------------------|--|------------------------|---|------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Основная литература | | | | |
| 1. | Асаул, А. Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник для бакалавров и специалистов / А. Н. Асаул. - 4-е изд. - Санкт-Петербург.: Питер, 2013. - 352 с. - | <i>Лк, ЛР, кр, СРС</i> | 5 | 1 |
| 2. | Асаул, А. Н. Оценка организации (предприятия, бизнеса) [Электронный ресурс] : учебник / А. Н. Асаул. - Санкт-Петербург : ИПЭВ, 2014. - 476 с. http://ecat.brstu.ru/catalog/Приобретенные%20издания/Асаул%20А.Н%20Оценка%20организации(предприятия.%20бизнеса).Учебник.2014.pdf | <i>Лк, ЛР, кр, СРС</i> | ЭР | 1 |
| 3. | Оценка стоимости бизнеса : учебник для бакалавров / Т. Г. Касьяненко, Г. А. Маховикова. - М.: Юрайт, 2014. - 411 с | <i>Лк, ЛР, кр, СРС</i> | 5 | 0,5 |
| Дополнительная литература | | | | |
| 4. | Планирование в строительстве: учебно-практическое пособие / Х. М. Гумба [и др.]. - Москва: АСВ, 2012. - 248 с. | <i>Лк, ЛР, кр, СРС</i> | 5 | 0,5 |
| 5. | Бизнес-планирование: учебник для вузов/ В.М. Попов, С.И. Ляпунов, С.Г. Млодик и др. – 2-е издание., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 816 с. | <i>Лк, ЛР, кр, СРС</i> | 5 | 0,5 |
| 6. | Экономика: учебник для вузов / И. В. Липсиц. - 3-е изд., стереотип. - Москва : Омега-Л, 2007. - 656 с | <i>Лк, ЛР, СРС</i> | 9 | 0,5 |
| 7. | Сухова Л.Ф. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: учеб.пособие для вузов / Л. Ф. Сухова, Н. А. Чернова. - Москва : Финансы и статистика, 2007. - 160 с | <i>Лк, ЛР, кр, СРС</i> | 26 | 1 |

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО - ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.Электронный каталог библиотеки БрГУ
http://irbis.brstu.ru/CGI/irbis64r_15/cgiirbis_64.exe?LNG=&C21COM=F&I21DBN=BOOK&P21DBN=BOOK&S21CNR=&Z21ID=.
2. Электронная библиотека БрГУ
<http://ecat.brstu.ru/catalog> .

3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online»
<http://biblioclub.ru> .
4. Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань»
<http://e.lanbook.com> .
5. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"
<http://window.edu.ru> .
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru> .
7. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)
<https://uisrussia.msu.ru/> .
8. Национальная электронная библиотека НЭБ
<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/how-to-search/> .

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для освоения обучающимися дисциплины и достижения запланированных результатов обучения, учебным планом предусмотрены лекции, контрольная работа, лабораторные работы, самостоятельная работа, подготовка и сдача зачета. Обучающийся, пользуясь рабочей программой, основной и дополнительной литературой, сам организует процесс изучения дисциплины.

Самостоятельная работа способствует сознательному усвоению, углублению и расширению теоретических знаний; формирует необходимые профессиональные умения и навыки и совершенствует имеющиеся; происходит более глубокое осмысление методов научного и творческого познания конкретной дисциплины.

Основными формами такой работы являются:

- конспектирование лекций и прочитанного источника;
- проработка материалов прослушанной лекции;
- самостоятельное изучение программных вопросов, указанных преподавателем на лекциях и выполнение домашних заданий;
- обзор и обобщение литературы по интересующему вопросу;
- подготовка к лабораторным работам и зачету;
- выполнение контрольной работы.

9.1. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ

Лабораторная работа № 1

Определение бизнес-плана. Основные функции бизнес-плана

Цель работы: познакомиться со структурой бизнес-плана

Задание:

- 1.ознакомиться со структурой бизнес-плана, подробно рассмотреть его разделы;
- 2.научиться применять имеющуюся информацию для составления бизнес-плана.

Порядок выполнения:

Данная лабораторная работа выполняется по данным, выданным преподавателем читаемого курса. Составляется структура бизнес-плана и определяются его особенности и мероприятия.

Форма отчетности:

Отчет выполняется на листах формата А4 и включает структуру бизнес-плана, рассмотренную по разделам; задачи, цели и функции бизнес-плана.

Задания для самостоятельной работы:

1. Составить структуру бизнес-плана, подробно рассмотреть его разделы;
2. Изучить задачи, цели и функции бизнес-плана.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторному занятию

В рыночной экономике бизнес-план является рабочим документом, используемым во всех сферах предпринимательской деятельности и определяющим стратегию функционирования предприятия

В стратегической работе предприятия прослеживается следующий порядок: - Разработка концепции развития. - Инвестиционная программа. - Бизнес-план на среднесрочный период (1-3 года). - Мероприятия по реализации бизнес-плана. Для того чтобы бизнес-план был принят потенциальным инвестором к рассмотрению, он должен быть обеспечен необходимыми финансовыми ресурсами. Задание: Укажите возможные источники финансовых ресурсов для открытия и осуществления деятельности бизнеса.

Задачи бизнес-планирования

- обоснование экономической необходимости направлений развития предприятия (стратегий, концепций, проектов);
- расчет ожидаемых финансовых результатов деятельности, в первую очередь объемов продаж, прибыли, доходов на капитал;
- определение намечаемого источника финансирования реализации выбранной стратегии, то есть способы концентрирования финансовых ресурсов; подбор персонала, который способен реализовать данный план.

Обобщение Каждая вышеперечисленная задача может быть решена только во взаимосвязи с другими. Работа с бизнес-планом В него вносятся изменения, связанные как с переменами, происходящими внутри предприятия, так и с изменениями на рынке, где действует предприятие, и в экономике в целом.

Цель бизнес-плана - экономическое обоснование, что вложенные инвестором деньги будут возвращены в срок и принесут прибыль, а именно:

1. Разрабатывается для обоснования нового дела. В нем даются все основные аспекты будущей деятельности, анализируются все проблемы, с которыми придется столкнуться, определяются способы их решения.
2. этот документ поможет действующему предприятию разобраться в перспективах роста своего бизнеса, оценить их, предвидеть возможные изменения и проблемы в будущем, контролировать текущие операции.
3. он может служить формальным юридическим документом, с помощью которого начинается формирование уставного капитала и финансовых активов будущего предприятия.

Стимулы для разработки бизнес-плана

| Стимул | Приведите примеры указанных стимулов |
|--|--------------------------------------|
| Наличие спроса на продукцию, товары и услуги, которые планируются к производству | |
| наличие предварительных соглашений (гарантийных писем) с потенциальными потребителями продукции, выпускаемой созданным предприятием. | |
| Наличие конструкторской, технологической и другой документации для производства того или иного вида продукции | |
| Наличие производственных мощностей (или возможностей их создания в короткие сроки), сырья и трудовых ресурсов | |
| Выведение на рынок новых видов товаров (услуг) | |
| Поиск инвесторов | |
| Необходимость стратегического планирования и прогнозирования деятельности предприятия | |

Функции бизнес-плана

1. Использование бизнес-плана для разработки концепции, стратегии бизнеса. Это жизненно необходимо в период создания предприятия, выработки новых направлений деятельности.
2. Планирование. Она позволяет оценивать возможности развития нового направления деятельности, контролировать процессы ее развития, выполнение запланированных мероприятий.
3. Привлечением денежных средств как собственных, так и со стороны (ссуд, кредитов). Без кредитных ресурсов практически невозможно осуществить какой-либо значительный проект. Однако получить кредит не так просто. Банки стараются застраховать себя на случай невозвратности кредита, требуя гарантии, реального залога, необходимости страхования, и в этом предприятию помогает бизнес-план, т.к. позволяет анализировать уровень профессионализма менеджеров проекта.
4. Привлечение к реализации планов предпринимателя потенциальных партнеров, которые смогут вложить собственный капитал или имеющуюся у них технологию, патенты или свой управленческий опыт и деловые связи.

Основная литература

№ 1-3

Дополнительная литература

1. № 4-7

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Что такое бизнес -план?
2. Перечислите основные функции бизнес-плана
3. Перечислите основные цели бизнес-плана
4. Перечислите основные задачи бизнес-плана
5. Что такое рынок услуг?

Лабораторная работа № 2

Анализ рынка

Цель работы: научиться делать анализ рынка

Задание:

1. Проанализировать рынок предлагаемых услуг или товаров;

Порядок выполнения:

Данная лабораторная работа выполняется по данным, выданным преподавателем читаемого курса. Необходимо рассмотреть предлагаемый рынок

Форма отчетности:

Отчет выполняется на листах формата А4 и включает описание продукции, план маркетинговых исследований; план рекламы и стимулирования сбыта; политику ценообразования..

Задания для самостоятельной работы:

1. Определить рынок продукции и его емкость;
2. Применить имеющуюся информацию для составления бизнес-плана.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторному занятию

Реклама

Вы уже решили один из важнейших вопросов, связанных с проведением рекламной кампании, — определили круг своих потенциальных клиентов, среди которых будет распространяться информация о предлагаемых Вами услугах.

Содержание

Теперь нужно решить, что именно Вы хотели бы сообщить, чтобы заинтересовать по-

тенциальных клиентов своими услугами. Кроме того, необходимо определить канал распространения для своей рекламы. Все эти вопросы достаточно подробно рассматриваются в брошюрах блока «Маркетинг», посвященных проведению рекламной кампании.

Затраты

Очень важно правильно определить оптимальную величину затрат на рекламу, а также периодичность рекламных сообщений. Если ранее Вы не занимались вопросами рекламы, лучше всего ограничить свои расходы на эти цели определенной величиной: зарезервируйте на проведение рекламной кампании 2% от предполагаемого объема продаж в следующем году. Эту цифру в принципе можно скорректировать в процессе хозяйственного развития Вашего предприятия.

Периодичность

Составляя план проведения рекламной кампании, Вы должны будете учесть все возможные сезонные колебания спроса на предлагаемые Вами услуги. Может быть, время от времени спрос на Ваши услуги будет несколько падать, и тогда Вы могли бы с помощью рекламы привлечь внимание клиентов к своей предпринимательской деятельности и тем самым несколько активизировать хозяйственную деятельность своего предприятия. Через год записи, связанные с реализацией Ваших услуг, помогут Вам определить периоды сезонных колебаний спроса.

Каналы распространения

Вероятно, самый лучший канал ее распространения — местные газеты. Помимо периодических, регулярных, повторных рекламных сообщений (скажем, каждые две недели), попробуйте дать объявление в газете среди специально подготовленных печатных материалов. В газетах часто публикуются статьи под рубрикой, например, «Местная промышленность» или «Местные предприятия сферы услуг», в которых идет речь о тех вопросах, которые представляют определенный интерес для читателей. Если это каким-то образом связано с деятельностью Вашего предприятия, постарайтесь, чтобы именно здесь было размещено Ваше рекламное объявление. Так его быстрее заметят заинтересованные читатели.

Можно попытаться разместить рекламу своего предприятия в различных деловых справочниках наподобие тех, о которых речь шла выше.

Попробуйте ответить на вопросы:

Что необходимо сообщить о Вас потенциальным клиентам, чтобы они захотели обратиться к Вам за помощью? Что необходимо сообщить Вашим потенциальным клиентам о предлагаемых Вами видах услуг? Как сделать так, чтобы они обратились в первую очередь к Вам, а не к Вашим конкурентам? Каким образом сезонные колебания спроса могут сказаться на периодичности Ваших рекламных сообщений? Можете ли Вы использовать положительные отзывы о своем предприятии со стороны Ваших постоянных клиентов, если они согласятся на это?

Стимулирование сбыта

Помимо местных газет, можно достаточно эффективно распространять рекламу своего предприятия среди потенциальных клиентов с помощью почты.

Если Вы занимаетесь бизнесом уже не первый год, можно прибегнуть к помощи достаточно уникального источника информации — списка своих клиентов. Разумеется, в данном случае многое зависит от характера и особенностей предлагаемых Вами услуг, однако периодически у клиентов возникает потребность в услугах, связанных, например, с ремонтом квартиры. Каждые 3-5 лет можно рассылать клиентам письма, напоминая им о необходимости заново покрыть пол лаком.

Если же Вы только начинаете собственное дело, то Вам нужно сначала определить круг своих потенциальных клиентов и разослать им рекламные письма, чтобы привлечь внимание к предлагаемым Вами услугам. Можно предложить им бесплатные консультации, бесплатное проведение каких-нибудь предварительных работ (например, обмер дверной коробки для последующей установки железной двери) и даже бесплатное пользование Вашими услугами в течение определенного срока (например, системой охранной сигнализации квартиры в течение недели). Все это направлено на достижение одной единственной цели — вызвать у клиента интерес к предлагаемым Вами услугам и желание ими воспользоваться.

Если Вашими клиентами являются предприятия, очень важно правильно определить то-

го человека, который будет Вашим непосредственным клиентом. Нужно знать не только того человека, который будет иметь с Вами дело, но и тех людей, которые могут оказывать непосредственное влияние на принятие окончательного решения о заключении контракта с Вами. Речь в данном случае идет о заместителе директора по общим вопросам, коммерческом директоре, бухгалтере и др. В подобных случаях большую помощь Вам может оказать секретарь. Постарайтесь произвести на нее благоприятное впечатление, поскольку это играет очень важную роль в установлении надежных деловых контактов. Внимательно следите и за сообщениями местных газет.

Отмечайте про себя, какие новые фирмы появляются в Вашем районе, какие действующие предприятия планируют увеличить масштабы своей хозяйственной деятельности. Можно отправить им по почте Ваши печатные рекламные материалы, связаться с ними по телефону и предложить свои услуги. Убедитесь в том, что они все знают о Вашем предприятии и предлагаемых Вами услугах.

Вот некоторые виды мероприятий, направленных на стимулирование сбыта, которые Вы могли бы провести.

Сделайте так, чтобы потенциальные клиенты смогли ознакомиться с качеством предлагаемых Вами услуг. С этой целью можно также привлечь своих постоянных клиентов. Если они не смогут присутствовать лично, чтобы подтвердить высокое качество Вашей работы, можно продемонстрировать их письма, содержащие положительные отзывы и благодарности.

Установите связь с теми местными организациями и учреждениями (профессиональными, общественными, культурными, спортивными и т.д.), к которым имеют отношение Ваши потенциальные клиенты, и постарайтесь заинтересовать их своими услугами.

Предложите указанным выше организациям и учреждениям выступить с рассказом о предлагаемых Вами услугах.

Обсудите с редактором местной газеты возможность подготовки специального газетного материала, рассказывающего читателям о деятельности Вашего предприятия.

Попробуйте принять участие в качестве одного из спонсоров какого-нибудь местного события или мероприятия (спортивного, культурного, благотворительного и т.д.).

Не забудьте о возможности стимулирования сбыта с помощью рассылки соответствующих печатных материалов по почте.

Можно пригласить представителей Ассоциации защиты прав потребителей ознакомиться с деятельностью Вашего предприятия и вынести свое заключение о качестве предлагаемых Вами услуг. Это позволит существенно укрепить деловую репутацию Вашего предприятия и официально подтвердить высокое качество Вашей работы.

Возможно, у Вас есть другие соображения по этому поводу, однако думается, что некоторые из приведенных выше предложений Вы могли бы использовать для стимулирования своего сбыта.

Какие мероприятия, направленные на стимулирование сбыта, Вы могли бы провести в целях ускорения хозяйственного развития своего предприятия?

Попробуйте перечислить мероприятия, направленные на стимулирование сбыта

У Вас три больших преимущества по сравнению с крупными фирмами:

Специализация - Вы можете учесть в своей работе особенности местных условий и существующих потребностей;

Быстрота реакции - Вы можете значительно быстрее внести необходимые коррективы в свою коммерческую деятельность ;

Простота структуры - Вы можете держать под строгим контролем свою хозяйственную деятельность.

Используя свои преимущества в полной мере, Вы сможете вырваться вперед. Предлагаемые Вами услуги будут отличаться тем, что они в максимальной степени учитывают существующие потребности и пожелания Ваших клиентов.

Вместе с тем необходим гибкий подход к обслуживанию клиентов. Нужно сочетать в своей работе надежность и последовательность, прозорливость и исключительность. Вы должны завоевать доверие своих клиентов.

А добиться всего этого можно только в том случае, если Вы сможете предоставить сво-

им клиентам услуги, удовлетворяющие их разнообразным потребностям.

Составление бизнес-плана План маркетинга

Для того, чтобы помочь Вам выработать единый подход к маркетингу как составной части Вашего бизнеса, здесь собраны воедино различные элементы маркетинга, о которых шла речь в предыдущих брошюрах.

Чем бы Вы ни занимались (производством, торговлей или обслуживанием), Вам обязательно потребуется сводный план маркетинга. Работая в любой сфере бизнеса, Вы обязательно должны помнить, что на рынке происходят постоянные изменения. Поэтому, чтобы быстро реагировать на соответствующее изменение ситуации, Ваш план маркетинга должен быть максимально гибким.

Сначала попробуем ответить на вопрос: что такое маркетинг? Маркетинг — это все, что Вы делаете ради удовлетворения определенных потребностей клиента с выгодой для себя.

Без хорошего плана маркетинга Ваши шансы на успех в бизнесе рискуют уменьшиться.

Разрабатывая свою стратегию маркетинга, Вы, по сути дела, составляете план получения прибыли.

Основная литература

№ 1-3

Дополнительная литература

2. № 4-7

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Что такое реклама?
3. Что такое маркетинг?
4. Приведите примеры каналов распространения.
5. Что такое стимулирование сбыта?

Лабораторная работа № 3

« Анализ основных конкурентов»

Цель работы: научиться делать анализ основных конкурентов

Задание:

1. Проанализировав рынок предлагаемых услуг или товаров выявить потенциальных конкурентов.

Порядок выполнения:

Данная лабораторная работа выполняется по данным, выданным преподавателем читаемого курса. Необходимо рассмотреть предлагаемый рынок и определить конкурентов

Форма отчетности:

Отчет выполняется на листах формата А4 и включает описание конкурентоспособности продукции, план рекламы и стимулирования сбыта; политику ценообразования..

Задания для самостоятельной работы:

1. Определить конкурентоспособность продукции;
2. Применить имеющуюся информацию для составления бизнес-плана.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторному занятию

Задача №1

Определить конкурентоспособность проектируемой продукции на основании балльной системы оценок. Определение конкурентоспособности продукции проводится в три этапа. На первом этапе на основе анкетирования потребителей данной продукции выявляются свойства, которым потребитель отдает предпочтения при приобретении изделия. На втором этапе также на основе анкетирования определяется вес (значимость) каждого свойства. На третьем этапе проводится оценка свойств проектируемого изделия и изделия конкурента и

рассчитываются оценочные показатели по каждому свойству и в целом по проектируемому изделию и изделию конкурента. В работе набор свойств и их веса приведены как исходные данные по вариантам в табл.2.

Таблица 2 Набор свойств изделий и их весомость (%)

| Свойства | Варианты | | | | | |
|--------------------------|----------|-----|-----|-----|-----|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Дизайн | 50 | 40 | 50 | 45 | 20 | 43 |
| 2. Состав материалов | 20 | 10 | 10 | 5 | 30 | 19 |
| 3. Функциональность | 15 | 20 | 5 | 10 | 30 | 12 |
| 4. Качество изготовления | 10 | 10 | 25 | 10 | 10 | 20 |
| 5. Торговая марка | 5 | 20 | 20 | 30 | 10 | 6 |
| итого | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Балльные оценки по проектируемому изделию и изделию конкурента приведены в табл.3 (исходные данные).

Таблица 3 Оценка свойств изделий в баллах

| | Варианты | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | 6 | |
| | П | К | П | К | П | К | П | К | П | К | П | К |
| 1. Дизайн | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 2. Состав материалов | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 3. Функциональность | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4. Качество изготовления | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 5. Торговая марка | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 |

П – проектируемая продукция К – продукция конкурента

Оценочные показатели по каждому свойству каждого изделия рассчитываются как произведение балла по данному свойству на его вес. Например, оценочный показатель дизайна по проектируемому изделию составляет $4 \cdot 0,43 = 1,72$ (оценка в баллах – 4, вес 43%, или 0,43).

В качестве примера в табл.4 приведен расчет оценочных показателей по каждому свойству и в целом по изделиям (вариант 6).

Таблица 4

| Свойства | Веса свойств, | Оценка в баллах | | Оценочные показатели | |
|--------------------------|---------------|-----------------|---|----------------------|------|
| | | П | К | П | К |
| 1. Дизайн | 43 | 4 | 5 | 1,72 | 2,15 |
| 2. Состав материалов | 19 | 5 | 4 | 0,95 | 0,76 |
| 3. Функциональность | 12 | 5 | 5 | 0,6 | 0,6 |
| 4. Качество изготовления | 20 | 4 | 5 | 0,8 | 1,0 |
| 5. Торговая марка | 6 | 3 | 5 | 0,18 | 0,3 |
| итого | 100 | | | 4,25 | 4,81 |

Такие расчеты позволяют выявить слабые и сильные стороны проектируемого изделия по сравнению с товарами конкурентов. Соотношение оценочных показателей используется в маркетинговом плане при формировании цены на проектируемое изделие. В данном примере

это соотношение составляет:

$4,25 : 4,81 = 0,88$ (условно можно принять, что качество проектируемого изделия составляет 88% от качества продукции конкурента). Зная цену изделия- конкурента, можно ориентировочно определить цену проектируемого изделия.

В таблице 5 приведены цены на товары конкурентов (по вариантам).

Таблица 5 Розничные цены на товар конкурента

| Цена од-ного изде-лия, руб | Варианты | | | | | |
|----------------------------|----------|------|-----|------|-----|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | 1200 | 1500 | 600 | 1000 | 850 | 1100 |

Так, если цена конкурента составляет 1100 руб., цена проектируемого изделия должна быть не выше $1100 * 0,88 = 968$ руб.

Задача №2

Предприятие осуществляет выпуск строительных материалов. Имеется два проектных варианта. Используя исходные данные, предоставленные в таблице 1 оценить, какой из вариантов наиболее конкурентоспособен.

Таблица 1 – Исходные данные и результаты расчетов.

| Показатели | Полезный эффект, литров | Совокупные затраты, млн. руб. | Эффективность анализируемого образца (ЕАО), л/руб. | Оценка конкурентоспособности (К _i) | Ваш выбор ¹ |
|----------------|-------------------------|-------------------------------|--|--|--------------------------|
| 1. Проект 1 | 499 | 16,7 | | | <input type="checkbox"/> |
| 2. Проект 2 | 515 | 16,9 | | | <input type="checkbox"/> |
| 3. Конкуренты: | | | | | |
| А | 486 | 16,5 | | – | – |
| Б | 505 | 16,7 | | – | – |
| В | 510 | 16,8 | | – | – |

Одна из самых важных вещей в любом виде бизнеса— острота конкуренции.

Узнать, кто является твоим конкурентом, в принципе несложно. Гораздо труднее получить информацию о тех фирмах-конкурентах, которых Вы не знаете.

Составьте список своих конкурентов и подумайте, что Вам о них известно.

Обратите внимание на их транспортные средства, оформление офисов, особенности работы сотрудников. Чувствуется ли профессиональный подход к делу? Провести подобное небольшое исследование можно самостоятельно или с помощью Ваших друзей или знакомых, которые могут посетить фирмы-конкуренты под видом потенциальных клиентов.

Можно поговорить с другими посетителями фирм-конкурентов и узнать, довольны ли они качеством обслуживания, а также выяснить некоторые подробности работы Ваших конкурентов.

Используйте все возможные средства для того, чтобы выявить слабые места своих конкурентов. Практически на сто процентов можно быть уверенным в том, что Вам удастся обнаружить в их работе определенные недостатки, которые обернутся для Вас выгодой.

Подумайте и напишите, каким образом можно получить необходимую Вам информацию.

Ваш товар и Ваш рынок

Составление плана должно начинаться с четкого представления о том, каким видом бизнеса Вы занимаетесь или собираетесь заняться. Принимая соответствующее решение, Вы, вероятно, будете исходить из того, что Вы уже умеете и знаете, что подсказывает Вам опыт. Предположим, Вы уже определили, чем и где будете заниматься.

Вы должны знать, что представляет собой Ваш рынок в широком смысле этого слова.

¹ Поставьте знак «+» напротив соответствующего проекта.

Если Вы берете в аренду минипекарню, значит, Вы будете работать на рынке продуктов питания. Если Вы собираетесь открыть свое кафе, значит, Вы будете заняты в сфере общественного питания. Готовьтесь к дальнейшему развитию своего бизнеса.

Составьте план хотя бы на один год. Можно распланировать свою деятельность и на 5 лет вперед. Например, когда открывается крупное предприятие, у его руководства должен быть план действий на ближайшие 15 лет. Так что старайтесь мыслить широко, даже если Вы начинаете с малого. Избегайте узости мышления.

Вы должны определить круг лиц, которые являются Вашими потенциальными клиентами (по-научному эта группа называется «сегмент рынка»). Этот вопрос подробно рассматривается в брошюре под названием «Определение круга своих потенциальных покупателей».

В данном же случае ограничимся лишь кратким напоминанием.

Ваши клиентами могут быть, например, частные лица, проживающие в городе, сельской местности, пригороде и т.д., либо расположенные в этих местах различные фирмы. Ваши клиенты могут относиться к различным группам: профессиональным, имущественным, возрастным, семейным, социальным и т.д. Фирмы также могут быть крупными и мелкими, новыми и давно работающими...

И, наконец, Ваши клиенты могут руководствоваться совершенно различными соображениями при покупке того или иного вида товара. Например, они могут купить что-нибудь, полагая, что «товар стоит этих денег».

Иногда человек покупает дорогостоящую вещь, сознательно переплачивая за ее престижность (например, автомобиль марки «Мерседес», телевизор фирмы «Сони» и т.д.).

Некоторые люди покупают вещи, к которым давно привыкли (например, черный хлеб, который, как правило, не выпекают новые пекарни). Существует множество мотивов покупки того или иного вида товара, и мотивы эти весьма изменчивы.

И уж если Вы решили начать свое дело, точно определите круг лиц, которым Вы адресуете свои товары или услуги. Без этого Вы не сможете составить свой план.

Даже в том случае, если Ваш бизнес развивается вполне успешно, необходимо вновь и вновь обращаться к тому сегменту рынка, который Вы обслуживаете.

Постарайтесь описать в свои основные товары или услуги, а также круг своих потенциальных покупателей. Для расчетов используйте следующие формулы:

1. Количественная оценка конкурентоспособности (K_i):

$$K_i = \frac{\mathcal{E}_{AO}}{\mathcal{E}_{ЛК}}$$

где: $\mathcal{E}_{ЛК}$ – эффективность лучшего образца конкурента, л/руб.; $\mathcal{E}_{АО}$ – эффективность анализируемого образца, л/руб.:

$$\mathcal{E}_{АО} = \frac{\text{эффект}}{\text{затраты}}$$

2. Сделать выбор и обосновать его.

Основная литература

№ 1-3

Дополнительная литература

3. № 4-7

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Что такое конкуренция?
2. Приведите примеры каналов распространения.
5. Что такое стимулирование сбыта?

Лабораторная работа № 4

План маркетинговой деятельности

Расчет общей потребности оборудования и необходимой массы исходного сырья

Цель работы: научиться составлять план маркетинга бизнес-плана

Задание:

1. Рассчитать общую потребность в оборудовании и необходимой потребности исходного сырья

Порядок выполнения:

Необходимо выполнить расчет потребности в оборудовании, условия его приобретения, расчет его стоимости.

Форма отчетности:

Отчет выполняется на листах формата А4 и включает описание товара; план маркетинговых исследований; план рекламы и стимулирования сбыта; политику ценообразования; план доходов финансовый план.

Задания для самостоятельной работы:

1. Выполнить маркетинговое исследование;
2. Выполнить расчет потребности в оборудовании;
3. Выполнить расчет стоимости оборудования.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторному занятию

Ответы на многие интересующие Вас вопросы можно получить в результате маркетингового исследования, являющегося неотъемлемой составляющей всего комплекса маркетинговых мероприятий.

В том случае, если Ваша деятельность не связана с производством товаров, Ваши затраты на проведение маркетингового исследования, вероятно, будут для Вас не очень обременительны.

Этот вопрос подробно рассматривается в брошюре под названием «Маркетинговое исследование». В данном же случае ограничимся лишь несколькими абзацами.

На предыдущих страницах речь шла о необходимости составить ясное и полное представление о своем рынке. Для этого как раз и требуется маркетинговое исследование, т.е. изучение рынка. Это особенно важно для оценки возможного объема сбыта и, как результат, размера выручки от реализации.

В большинстве случаев Вы сами можете провести маркетинговое исследование с минимальными денежными затратами.

Здесь потребуются затраты другого рода. Речь идет о количестве свободного времени, которое Вам придется потратить на изучение рынка. Но «игра стоит свеч», поскольку знание рынка необходимо для успешного и прибыльного ведения Вашего бизнеса.

Это непрерывный процесс.

Здесь нельзя наладить все раз и навсегда. Вам предстоит держать руку на «пульсе» рынка постоянно. Только в этом случае Вы будете шагать в ногу со временем, предлагая современные, а не давно устаревшие товары.

Задумывались ли Вы о том, какого рода информация, связанная с рынком, Вам требуется для того, чтобы начать свое дело? А какая информация потребуется по мере практической реализации Вашего плана? Запишите свои соображения.

План рекламных мероприятий и мер, направленных на стимулирование сбыта

Чем бы Вы ни занимались, Вы должны распространить на своем рынке информацию о себе, а также о своих товарах или услугах. Кроме того, Вам предстоит убедить своих клиентов в необходимости купить то, что Вы предлагаете.

На рынке со всех сторон Вас окружают конкуренты. Поэтому не исключено, что «гвоздем» Вашего плана маркетинга станет именно реклама. Прежде всего, покупатели должны о Вас услышать.

Возможно, изучение рынка продиктует Вам текст Вашей будущей рекламы — что именно следует сообщить покупателям.

Нужен план, в котором будет отражено, что, где и каким образом Вы собираетесь сообщить своим клиентам, а также указаны затраты, необходимые для проведения рекламной

кампании.

Если Вы хотите добиться успеха, расходы могут оказаться немалыми.

Те же, кто занимается производством товаров, должны помнить о необходимости показывать свой товар лицом. Ведь правильно представленный товар в нарядной упаковке является прекрасным средством стимулирования сбыта.

А теперь поговорим о рекламе.

Попробуйте записать в следующей таблице свои соображения по поводу рекламы.

| |
|--|
| Ваша реклама и стимулирование сбыта |
| Что бы Вы хотели сообщить? Кому? Каким образом? |
| Сколько денег Вы предполагаете потратить на это? |
| Кому адресована Ваша информация: |
| Какой рекламный канал (газета, журнал, радио и т.д.) |

Расчет потребности в основных фондах, условия их приобретения, расчет стоимости оборудования.

При выборе оборудования указывается уже имеющееся и реальные оферты о его поставке (письменное предложение фирмы-поставщика с указанием стоимости всего комплекса услуг: поставки, наладки, гарантийного и послегарантийного обслуживания, обучения персонала). Необходимо обосновать, что именно данное оборудование является оптимальным с точки зрения его экономических показателей, обеспечения качества продукции, экологической безопасности и т.д.

В целях экономии единовременных затрат, налоговых выплат наряду с приобретением основных фондов можно предусмотреть их лизинг. Лизинг целесообразен в случаях, когда период использования оборудования короче срока амортизации. При использовании лизинга достигается более рациональное распределение затрат во времени.

Преимущества использования лизинга:

1. сумма первоначального взноса на лизинг гораздо меньше затрат на покупку основных фондов;
2. уменьшаются неизбежные при современных темпах научно-технического прогресса потери от морального устаревания оборудования
3. снижение таможенных сборов, которые при покупке и ввозе импортной техники значительно увеличивают цену оборудования;
4. возможность отнести на текущие затраты по статье «плата за лизинг» амортизационные отчисления, проценты за кредит, налог на имущество, страховые взносы и др.
5. лизинговая компания имеет право амортизировать числящиеся у нее на балансе объекты лизинга быстрее, чем предприятия при покупке основных средств (увеличение установленных норм амортизации возможно до 3 раз).

В этом же разделе необходимо определить, какой вариант амортизации оборудования – линейный или ускоренный - наиболее эффективен для предприятия. Известно, что амортизационные отчисления включаются в себестоимость продукции. После реализации продукции амортизационные отчисления остаются в распоряжении предприятия и формируют финансовый результат предприятия в качестве составляющей фонда накопления. Финансовый результат складывается из чистой прибыли и амортизационных отчислений.

Пример сопоставления финансовых результатов при линейной и ускоренной амортизации.

Стоимость оборудования.- 980 тыс.руб. Налог на прибыль - 20%. Чистая прибыль = балансовая прибыль – налог на прибыль.

Таблица 6 Финансовый результат при разных вариантах амортизации

| № п/п | Показатели | |
|----------------------------------|----------------------|------------------------|
| | Линейная амортизация | Ускоренная амортизация |
| 1 Выручка от реализации, т. руб. | 1000 | 1000 |
| 2 Стоимость оборудования, т. ру | 980 | 980 |
| 3 Норматив АО, %% | 10 | 20 |

| | | |
|---|------------|----------------|
| 4 Себестоимость продукции, | 800 | 898 |
| 5 Амортизационные отчисления, т. руб | 98 | 196 |
| 6 Прибыль предприятия, т.руб. (п.1–п.4) | 200 | 102 |
| 7 Налог на прибыль (20%) (п.6*0,24) | 40 | 20,4 |
| 8 Чистая прибыль, тыс.руб. | 160 | 81,6 |
| 9 Финансовый результат, тыс. руб. (п.5+п.8) | 98+160=258 | 196+81,6=277,6 |

Расчеты, приведенные в табл. 6, показывают, что при ускоренной амортизации финансовый результат на $277,6 - 258 = 19,623,5$ тыс. руб. выше.

Далее проводится расчет стоимости оборудования и потребности в основных фондах, который представляется в таблицах. 8.

Компоновка оборудования, обоснование организационных форм потоков и расчет их параметров (такт, скорость конвейеров и т.д.).

Компоновка оборудования обычно делается на миллиметровке с соблюдением норм расстояний между рабочими местами, расстояний от окон, с учетом подключения оборудования к электросети и т.п.

Организационные формы потоков изучаются в курсе по организации производства. Нормирование расхода сырья и материалов, комплектующих изделий, выбор и заключение договоров на поставку материалов и условия оплаты; расчет величины страхового (гарантийного), подготовительного текущего запаса материалов, расчет потребности в оборотном капитале, выбор поставщиков.

Методические аспекты нормирования расхода сырья и материалов и нормирования запасов материалов излагаются в курсе по планированию.

Оборотный капитал (ОК) обеспечивает непрерывность процессов производства и обращения. Потребность в оборотном капитале определяется нормами запаса, выраженными в днях, и расходом в день.

Потребность в ОК частично покрывается кредиторской задолженностью, образующейся в результате предоставления предприятию отсрочки платежей при покупке сырья, материалов, комплектующих изделий и топлива.

Норма запаса в днях означает тот минимальный период времени в днях, в течение которого планируется выпускать 50 продукцию без дополнительного подвоза материалов, не прерывая производственный процесс.

На момент начала функционирования проекта обычно имеется кредиторская задолженность (отсрочка платежа за материалы), но отсутствует дебиторская задолженность. Пример расчета потребности в оборотном капитале приведен в таблице 7.

Таблица 7 Расчет потребности в оборотном капитале

| Позиции | Расход в день, т.р. | Норма запаса, дни | Норма запаса, т.р. |
|---|---------------------|-------------------|--------------------|
| 1. Материалы: А | 150 | 10 | 1500 |
| Б | 20 | 20 | 400 |
| В | 3 | 5 | 15 |
| 2. Покупные комплектующие | 8 | 10 | 80 |
| 3. Топливо | 1,5 | 20 | 30 |
| 4. Невозвратная тара | 0,2 | 20 | 4 |
| 5. Незавершенное производство | - | - | 90 |
| 6. Готовая продукция на складе | 200 | 5 | 1000 |
| 7. Продукция отгруженная, но неоплаченная | 40 | 10 | 400 |
| 8. Необходимый оборотный капитал | 3519 | | |
| 9. Кредиторская задолженность | 500 | | |
| Итого оборот. капитал п.8 – п.9 | 3019 | | |

Выбор поставщиков сырья и материалов осуществляется путем сопоставления оценок их характеристик (может быть проведена на основе балльной системы оценок характеристик

с учетом их весомости аналогично оценке конкурентоспособности продукции или предприятия) Для этих целей можно воспользоваться таблицей 7 (5-ти балльная система оценок; цифры условные).

При большом числе поставщиков с помощью подобных расчетов выявляется их рейтинг, что определяет обоснованность выбора поставщика.

Такой анализ следует проводить по всем поставщикам основных и вспомогательных материалов.

Таблица 7 Выбор поставщика

| № п/п | Свойства | Вес | характеристики, | Балльная оценка | Оценочные показатели | Поставщики |
|-------|---------------------------------|------|-----------------|-----------------|----------------------|------------|
| 1. | Цена материала | 0,25 | 4 | 5 | 1 | 1,25 |
| 2. | Качество, сортность | 0,2 | 5 | 4 | 1,0 | 0,8 |
| 3. | Минимальная партия | 0,15 | 5 | 3 | 0,75 | 0,45 |
| 4. | Периодичность поставок | 0,15 | 4 | 3 | 0,6 | 0,45 |
| 5. | Удаленность поставщика | 0,15 | 4 | 4,0 | 0,6 | 0,651 |
| 6. | Форма расчетов (условия оплаты) | 0,1 | 4 | 2 | 0,4 | 0,2 |
| | Интегральный показатель | | | 4,35 | 3,75 | |
| | Итого | 1,0 | | | | |

Основная литература

№ 1-3

Дополнительная литература

4. № 4-7

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Что такое оборотный капитал?
2. Что такое маркетинговое исследование?
3. От чего зависти выбор поставщиков сырья и материалов?.

Лабораторная работа № 5

Организационный план.

Планирование потребности в персонале и заработной плате.

Цель работы: научиться планировать. организационную структуру управления

Задание:

1. Разработать план производства;
- 2.. Разработать организационный план;

Порядок выполнения:

Составляется план производства. Делается описание местоположения предприятия, производственного процесса, производственной мощности предприятия. Разрабатывается план производства, с оценкой общих инвестиционных затрат и используемых методов. Разрабатывают организационный план и организационную структуру управления, кадровую политику. Выполняют расчет заработной платы административно-управленческого персонала. Определяют управленческие расходы.

Форма отчетности:

Отчет выполняется на листах формата А4 и включает разработку производственного и

организационного планов работы предприятия.

Задания для самостоятельной работы:

1. Составить план производства: цель и задачи раздела. Описать местоположения предприятия. Производственный процесс и его обеспечение. Расчет производственной мощности предприятия. Разработать план производства (производственной программы).

2. Разработать организационный план: цель и задачи раздела. Организационная структура управления. Сведения о ключевых менеджерах и владельцах компании. Кадровая политика и развитие персонала. Расчет заработной платы административно-управленческого персонала. Определение управленческих расходов. Построение календарного плана работ по реализации проекта.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторному занятию

Планирование деятельности предприятия в рыночных условиях начинается с оценки реального экономического состояния предприятия, с планирования сбыта продукции, хотя реализация продукции является завершающим этапом деятельности предприятия. Цель планирования сбыта продукции заключается в том, чтобы своевременно предложить покупателю товары или услуги в таком ассортименте и объеме, который удовлетворил бы его потребности и соответствовал бы профилю производственной деятельности предприятия. План сбыта продукции содержит номенклатуру и ассортимент продукции, объем продаж по каждому виду продукции в натуральных единицах, цены предприятия (планово-расчетные), стоимость продаж (выручка от реализации). Ассортимент продукции уточняется на основе анализа конъюнктуры рынков сбыта соответствующих товаров и конкуренции на них. Объем продаж каждого вида продукции устанавливаются исходя из оценки реальной емкости рынка и производственных возможностей предприятия и определяют по формуле

$$ОП = ТВ + ОНП - ОКП, \quad (1)$$

где ОП – объем продаж каждого вида продукции в планируемом периоде (месяц, квартал, год), нат. ед.; ТВ – объем производства продукции (товарный выпуск) в планируемом периоде, нат. ед.; ОНП, ОКП – остатки нереализованной продукции каждого вида на складе соответственно на начало и конец планируемого года, нат. ед.

При составлении бизнес плана важно позаботиться о разработке организационной части. Это часть бизнес-плана, для которого необходимо четко установить порядок поэтапных действий: это разработка продукта или услуг (процесс производства), анализ рынка сбыта, разработка способов реализации. Необходимо определить важнейшие составляющие задания, критические обстоятельства, определяющие деловой успех. К этим обстоятельствам относятся:

- организация выставок продукта,
- закупка сырья,
- ТМЦ (товарно-материальные ценности) в необходимом количестве, которое требуется для производства,
- начало производства,
- получение заказа и его исполнение,
- выплаты по счетам.

Использование графика позволит контролировать происходящие процессы дела, предусматривать и исправлять возникающие непредвиденные обстоятельства, что может существенно снизить возникающие риски. Хорошо и правильно составленный график, покажет вашему партнеру профессиональный навык управленческой команды.

Для обеспечения выполнения плана производства и реализации продукции осуществляется планирование производительности труда и потребности предприятия в персонале. Особое внимание уделяется выявлению и использованию резервов повышения производительности труда и сокращению потребности в дополнительной численности трудовых ресурсов. Планирование производительности труда предусматривает определение абсолютных показателей, характеризующих уровень производительности труда, и относительных показателей, определяющих динамику их роста. Для оценки планового уровня производительности

труда на предприятии используется, как правило, показатель выработки продукции на одного работающего (рабочего) в год в денежном выражении.

Составление организационного плана, обязательно, включает в себя описание управления, способ распределения обязанностей между ключевыми членами управленческой аппаратуры и как они будут взаимосвязаны между собой и друг с другом. Инвесторы заинтересованы в управленческой команде, которые владеют административными навыками, маркетингом, производством и навыками управления финансами. Потребуется отразить опыт работы данной области учредителей и руководителей, а также обязанности, ответственность и обязательно кадровые ресурсы.

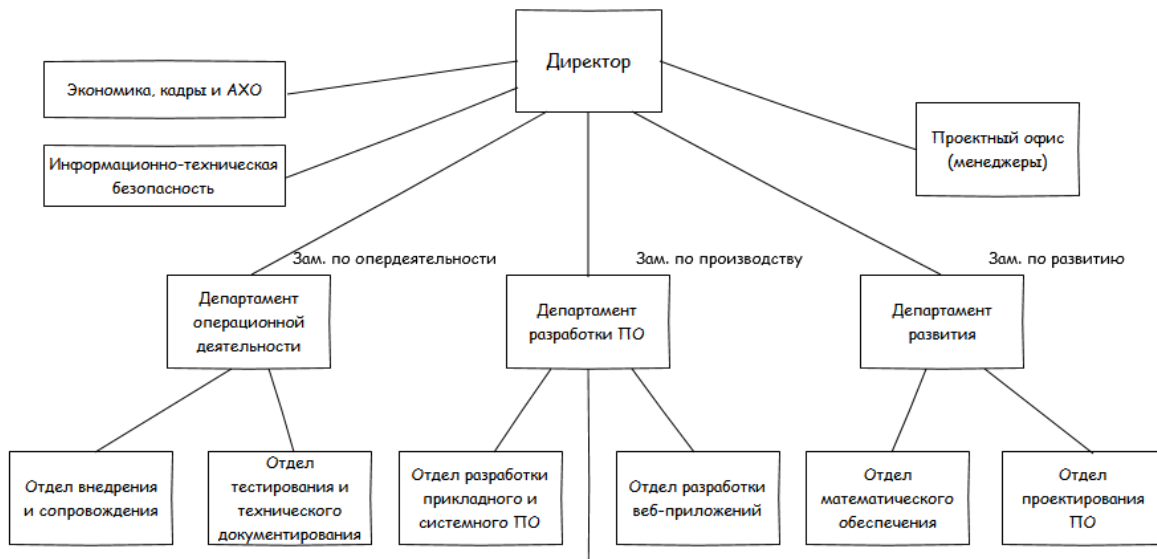
Организационная структура представляет собой иерархию сотрудников в организации. Она покажет, кто, и за что несет ответственность, кто выполняет задачи, кто контролирует выполнение, кто регулирует коммуникацию между сотрудниками и т. п.. Важно понимать, что это серьезный раздел, потому что вы планируете основу того, что должно отвечать требованиям в течение длительного времени. Вы не можете каждый месяц менять иерархию и структуру организации, что, допустим, позволительно с некоторыми другими разделами бизнес плана.

Численность служащих определяется на основе штатного расписания, при разработке которого учитываются отраслевые нормативы численности, типовые структуры аппарата управления, сложившаяся практика формирования штата служащих. Если на предприятии при планировании потребности в персонале сначала рассчитывают его численность исходя из планируемого уровня производительности труда, а затем – численность рабочих, то численность служащих определяется остаточным методом – как разность между плановой численностью всего персонала и плановой численностью рабочих. На практике чаще всего используется нормативный метод. Норматив численности служащих устанавливается в процентах от численности рабочих или в виде определенного соотношения между численностью служащих и численностью рабочих. При расчете численности служащих также применяют экспертный метод, метод аналогии и метод экстраполяции. Кроме численности работников, необходимой для выполнения производственной программы, определяют дополнительную потребность в кадрах, которая возникает в связи с увеличением объема производства, с текущей численностью кадров, с необходимостью возмещения ожидаемого объективного уменьшения кадров (замена выбывающих).

Плановую численность персонала сопоставляют с фактической его численностью за предыдущий год. Коэффициент соотношения плановой и фактической численности K_c характеризует степень обеспечения объема выпуска продукции численностью персонала при плановом уровне производительности труда. Если плановая численность персонала превышает фактическую ($K_c > 1$), то необходимо либо разработать дополнительные мероприятия по обеспечению роста производительности труда, либо предусмотреть дополнительный набор кадров. Если плановая численность меньше фактической ($K_c < 1$), то необходимо либо предусмотреть пути увеличения объема выпуска и реализации продукции, либо разработать мероприятия по сокращению кадров.

Организационная структура должна быть представлена в виде организационной диаграммы или графика (т. н. «органограммы»). Есть бесплатное онлайн приложение для создания органограммы — Gliffy. Вам нужно всего лишь зарегистрироваться и сможете использовать приложение. Вы можете также использовать Microsoft Office Word, который имеет возможность вводить диаграмму в виде организационной структуры, которую можно настроить в соответствии с вашими потребностями. На рисунке показана схема организационной структуры MS Word 2007.

Желательно, чтобы бизнес-план включал «органограмму», но если нет такой возможности, то можно описать организационную структуру текстом.



Управление организационной структурой

Иллюстрация содержит позиции и должности, ответственные за каждую позицию. Эти позиции могут быть функции, такие как продажи, маркетинг, финансы, производство ... Объясните, как разделить основные функции бизнеса и сделайте должностные инструкции. План персонала является частью бизнес плана, который будет включать все позиции в компании. План персонала можно представить в виде таблицы со следующими столбцами:

- Должность (например, финансовым менеджером, поставщика ...)
- Количество сотрудников в этой должности (например, 1 Финансовый менеджер, 10 продавцов)
- Размер заработной платы одного работника этой позиции в течение одного месяца
- Ежегодные затраты на эту позицию (12 x количество сотрудников в этой должности x размер месячной зарплаты)

Лабораторная работа № 6- 1ч

Разработка сметы затрат. Разработка калькуляции себестоимости

Цель работы: научиться разрабатывать смету, составлять калькуляцию себестоимости

Задание:

1. Составить смету затрат;
2. Выполнить расчет калькуляции себестоимости.

Порядок выполнения:

Определяют виды расходов. Разрабатывают смету затрат и калькуляцию себестоимости.

Форма отчетности:

Отчет выполняется на листах формата А4 и включает разработку производственного и организационного планов работы предприятия.

Задания для самостоятельной работы:

1. Рассчитать прямые производственные затраты и общепроизводственные расходов
2. Составить смету и калькуляцию себестоимости

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторному занятию

Определение общей сметы затрат на проект необходимо для расчета инвестиционных издержек, которые нам необходимо знать для анализа эффективности вложенных средств.

Калькуляция себестоимости продукции выполняется для целей бухгалтерского и управленческого учета. Зная состав и сумму затрат, которые входят в себестоимость продукции, можно определять пути снижения себестоимости.

Смета затрат на проект может включать в себя следующие статьи расходов:

- затраты на покупку средств производства (станки, оборудование, машины, оргтехника, печатные устройства, инструмент для работы);
- затраты на изготовление средств производства, если вам нужно уникальное или не-

- стандартное оборудование;
- расходы на аренду оборудования, лизинговые платежи;
 - затраты на проектные работы;
 - затраты на строительные-монтажные работы;
 - аренда производственных, складских, офисных помещений;
 - приобретение материалов и комплектующих для производства, создание производственных запасов сырья;
 - расходы на приобретение топлива, энергии, воды на производственные, технологические нужды;
 - основная зарплата производственного и управленческого персонала;
 - дополнительная зарплата сотрудников;
 - начисления в Пенсионный фонд и социальные отчисления на заработную плату;
 - расходы на профессиональную подготовку, обучение и переобучение работников;
 - выплаты за пользование кредитом банка, проценты по кредиту;
 - общепроизводственные издержки;
 - внепроизводственные издержки;
 - прочие расходы.

Общепроизводственные расходы могут включать:

- затраты на управление производственными подразделениями (оплата труда с начислениями на зарплату, командировочные расходы);
- затраты на амортизацию производственных зданий и оборудования;
- расходы на коммунальные нужды, обслуживание и содержание производственных цехов, сооружений.

Общепроизводственные расходы – все затраты, которые несет предприятие от осуществления производственной деятельности, связанное непосредственно с производством и его обслуживанием, но не относящиеся к прямым материальным затратам (сырью, материалам, зарплате производственных работников).

Внепроизводственные расходы – это затраты вашего предприятия на продажу продукции. Все, что касается упаковки, тары, погрузочно-разгрузочных работ, транспортировки на склады, хранения готовой продукции.

Прочие расходы, к которым относится большой перечень затрат на производство и реализацию товаров и услуг фирмы.

Если вы пользуетесь программными продуктами для создания бизнес-плана, то в них указывается довольно подробно весь список расходов по проекту, которые могут быть. Вам останется лишь выбрать необходимые для расчетов и внести свои данные.

Калькуляция себестоимости продукции составляется по следующим типовым статьям:

- сырье и материалы для производства продукции;
- услуги других предприятий по ремонту, обслуживанию, закупка комплектующих и полуфабрикатов;
- топливо и энергия на производственные нужды;
- расходы на основную заработную плату;
- дополнительная заработная плата;
- обязательные платежи по заработной плате;
- общепроизводственные расходы;
- начисленная амортизация.

Суммы этих калькуляционных статей дадут нам производственную себестоимость продукции.

Если к производственной себестоимости добавить внепроизводственные расходы, то мы получаем коммерческую себестоимость.

Если ваш проект направлен на снижение себестоимости продукции, то необходимо привести еще и текущую себестоимость продукции для сравнения и анализа эффективности проекта.

Калькуляция себестоимости проводится исходя из данных затрат при работе предприятия

на полную мощность, или при достижении им проектной мощности.

Составив смету расходов по проекту и калькуляцию себестоимости переходим к работе над отчетами о движения денежных средств.

Сумма расходов по всем статьям калькуляции образует полную себестоимость конкретного вида продукции. В каждую статью калькуляции расходы включаются по целевому назначению на основе предварительных расчетов. Плановые калькуляции составляются на все виды продукции, предусмотренные в годовом плане предприятия. Прямые затраты (материальные затраты, затраты на оплату труда производственных рабочих, единый социальный налог) и общепроизводственные расходы в сумме образуют цеховую себестоимость продукции.

Производственная себестоимость – это сумма цеховой себестоимости и общехозяйственных расходов. Чтобы получить полную себестоимость, к производственной себестоимости нужно добавить коммерческие расходы. Расходы себестоимости по калькуляции выполняются на весь объем производства конкретной продукции и на единицу продукции. Основные плановые показатели себестоимости продукции:

1) общая сумма затрат на производство (итог сметы затрат на производство);

2) полная себестоимость товарной продукции Стп. Она определяется по формуле

$$C_{\text{тп}} = \sum C_{\text{ед}} \cdot \text{ТВ},$$

где Сед – плановая полная себестоимость единицы продукции, р.; ТВ – товарный выпуск (объем производства), нат. ед.;

3) полная себестоимость реализованной продукции определяется по следующей формуле, но вместо ТВ используется показатель объема продаж ОП каждого вида продукции в натуральных единицах:

$$C_{\text{тп}} = \sum C_{\text{ед}} \cdot \text{ОП},$$

4) себестоимость единицы продукции, которая определяется на основе соответствующей калькуляции;

5) затраты на 1 р. товарной продукции Зна 1 р. т.п. – это отношение полной себестоимости товарной продукции к стоимости товарной продукции:

$$Z_{\text{на 1 р. т.п.}} = C_{\text{тп}} / \text{ТП}$$

Исходными данными планирования себестоимости являются объемы производства и сбыта продукции, нормы расхода материальных и трудовых ресурсов, экономические нормативы, договоры на поставку материальных ресурсов, план развития предприятия, результаты анализа структуры затрат на производство, анализ цен на продукцию и материальные ресурсы и т. д.

Планирование себестоимости осуществляется в соответствии с методическими рекомендациями по планированию, учету и калькулированию себестоимости с учетом особенностей организации и методологии планирования и учета затрат в каждой отрасли.

Планирование прибыли и рентабельности направлено на определение финансовых результатов деятельности предприятия. В условиях рыночной экономики это основа финансирования всех видов деятельности предприятий, которые самостоятельно планируют величину прибыли и направления ее использования. Прибыль на предприятии образуется в том случае, когда выручка от реализации (продаж) продукции, работ и услуг превышает их полную себестоимость. Основными методами планирования являются:

-метод прямого счета;

- аналитический метод;

- метод совмещенного расчета;

-метод расчета на основе безубыточности.

К финансовым результатам, планируемыми на предприятии, относятся следующие показатели прибыли.

• Валовая прибыль P_v – определяется как разность между выручкой от реализации продукции без косвенных налогов, производственной себестоимостью этой продукции и управленческими расходами по формуле

$$P_v = VP - C_{пр} - R_{уп},$$

где VP – выручка от реализации товарной продукции (работ, услуг) без косвенных налогов; $C_{пр}$ – плановая производственная себестоимость реализованной продукции; $R_{уп}$ – сумма управленческих расходов.

• Прибыль от реализации (продаж) продукции P_r

$$P_r = VP - C_{рп},$$

где $C_{рп}$ – полная себестоимость реализованной продукции.

• Налогооблагаемая прибыль (прибыль до налогообложения $P_{но}$)

$$P_{но} = P_r + (OD - OP) + (BPD - BPP),$$

где OD, OP – операционные доходы и расходы соответственно; BPD, BPP – внереализационные доходы и расходы соответственно. Прибыль от обычной деятельности P_d характеризует финансовые результаты всей производственно-хозяйственной деятельности и определяется по формуле

$$P_d = P_{но} - N_{пр} - O_{п},$$

где $N_{пр}$ – налог на прибыль, р.; $O_{п}$ – обязательные платежи из прибыли, р. Чистую прибыль $P_{ч}$ рассчитывают путем исключения из прибыли от обычной деятельности сальдо чрезвычайных доходов $ЧД$ и расходов $ЧР$:

$$P_{ч} = P_d \pm (ЧД - ЧР).$$

При оценке эффективности производства предприятия используют показатель балансовой прибыли P_b , которая определяется по формуле

$$P_b = P_r + P_{пр} + BPD - BPP,$$

где $P_{пр}$ – прибыль от прочей реализации; BPD, BPP – внереализационные доходы и внереализационные расходы соответственно (финансовые результаты внереализованных операций). Прибыль от прочей реализации – это прибыль от реализации имущества предприятия. Прибыль от реализации основных фондов, относящихся к имуществу предприятия, рассчитывается как разность между выручкой от реализации основных фондов по рыночным ценам (без НДС) и их остаточной стоимостью.

Что касается рентабельности, то она представляет собой относительный показатель, характеризующий эффективность деятельности предприятия, и рассчитывается как отношение прибыли к затратам на ее получение. Показатели рентабельности: 1) рентабельность единицы продукции $P_{ед}$

$$P_{ед} = \frac{Ц - C_{ед}}{C_{ед}} \cdot 100 = \frac{P_{ед}}{C_{ед}} \cdot 100,$$

где Ц – цена за единицу продукции, р.; Сед – себестоимость единицы продукции, р.; Пед – прибыль за единицу продукции; 2) рентабельность продукции Рпр

$$R_{пр} = \frac{\Pi_p}{C_{рп}} \cdot 100,$$

где Срп – полная себестоимость реализованной продукции, р.; 3) рентабельность продаж Рр

$$R_p = \frac{ВР - C_{рп}}{ВР} \cdot 100 = \frac{\Pi_p}{ВР} \cdot 100;$$

4) рентабельность производства (капитала) Рпред

$$R_{пред} = \frac{\Pi_d(\Pi_6)}{\Phi_{ос} + \Phi_{об}} \cdot 100,$$

где Фос – среднегодовая стоимость основных фондов; Фоб – среднегодовая стоимость оборотных средств;

5) фондорентабельность (рентабельность основных фондов)

$$R_{оф} = \frac{\Pi_d(\Pi_6)}{\Phi_{ос}} \cdot 100.$$

Все финансовые показатели тесно взаимосвязаны. Это означает, что совершенствование планирования прибыли и рентабельности может обеспечить улучшение финансового состояния предприятия, выявить и использовать резервы роста эффективности деятельности предприятия.

Основная литература

№ 1-3

Дополнительная литература

5. № 4-7

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Как составляется калькуляция затрат?
2. Что такое прибыль от обычной деятельности?
3. Что такое рентабельность?

Лабораторная работа № 7

Финансовый план. Оценка безубыточности работы предприятия

Оценка запаса финансовой прочности. Разработка прогнозного баланса

Цель работы: научиться составлять финансовый план бизнес-план, оценивать безубыточность и финансовую прочность предприятия.

Задание:

1. Составить финансовый план бизнес-плана;
2. Оценить запас финансовой прочности и безубыточность предприятия.

Порядок выполнения:

Данная лабораторная работа выполняется по данным, выданным преподавателем читаемого курса. Отчет составляется в виде бизнес плана выпуска новой продукции. Составляется

структура бизнес-плана, его особенности, мероприятия. Необходимо рассчитать окупаемость предложенного плана, обосновать финансовую возможность, ресурсные, трудовые, технические, технологические и т.п.

По выполнению лабораторной работы составляется отчет и защищается коллегиально.

Форма отчетности:

Отчет выполняется на листах формата А4 и включает описание товара; план маркетинговых исследований; план рекламы и стимулирования сбыта; политику ценообразования; план доходов финансовый план.

Задания для самостоятельной работы:

Проанализировать и оценить ликвидность, деловую активность, финансовую устойчивость, рентабельность проекта и принять решение: «Стоит ли оптимизировать финансово-хозяйственную деятельность учебного проекта?»

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторному занятию

Финансовое планирование является завершающим этапом планирования деятельности предприятия. Его основная цель заключается в обеспечении потребности предприятия в финансовых ресурсах для достижения и сохранения устойчивого финансового состояния.

Планирование финансов на предприятии связано, с одной стороны, с предотвращением ошибочных действий в области формирования и расходования финансовых ресурсов, а с другой – с уменьшением числа неиспользованных возможностей укрепления своего финансового состояния. Финансовое планирование на предприятии предусматривает разработку видов планов, отличающихся по срокам действия, содержанию и назначению. Финансовые планы по срокам действия делятся на перспективные, текущие (годовые) и оперативные. По назначению и содержанию они представляют собой баланс доходов и расходов, план движения денежных средств, платежный календарь, кредитный план, кассовый план. Для планирования и обоснования финансовых показателей применяются такие методы, как коэффициентный, нормативный, балансовый, метод денежных потоков, экономико-математическое моделирование.

Основной формой финансового планирования на предприятии является текущий (годовой) план, который разрабатывают в виде балансов доходов и расходов и плана движения денежных средств.

Баланс доходов и расходов содержит два раздела: доходы и поступления средств, расходы и отчисления средств. Доходы и поступления средств включают такие статьи, как прибыль от реализации (продаж) продукции, прибыль от прочей реализации, амортизационные отчисления, прирост устойчивых пассивов, внереализационные доходы, долгосрочные кредиты, ассигнование из бюджета, благотворительные взносы и т. д.

К расходам и отчислениям средств относятся налог на прибыль, погашение кредитов, уплата процентов за кредиты, прирост собственных оборотных средств, инвестиции в основные фонды, внереализационные расходы и др.

По каждой статье баланса доходов и расходов выполняются соответствующие расчеты. По разделу баланса «Доходы и поступления средств» необходимо прежде всего определить размеры собственных источников финансирования и приравненных к ним средств: прибыли от реализации продукции, прибыли от прочей реализации, внереализационных доходов, амортизационных отчислений, прироста устойчивых пассивов, а также определить суммы поступления средств: долгосрочных кредитов, ассигнований из бюджета и т. п. Размер устойчивых пассивов (нормальная минимальная кредиторская задолженность) включает суммы задолженности по заработной плате и отчислениям на социальные нужды, задолженности бюджету, задолженности поставщикам, задолженности банку по уплате процентов за кредит. Задолженность по заработной плате $KЗ_3$ определяется по формуле

$$KЗ_3 = \frac{\PhiЗП}{T} \cdot T_1,$$

где $\PhiЗП$ – плановый фонд заработной платы на год, тыс. р.; T – календарная продолжи-

тельность года, дн. (для расчетов принимается $T = 360$ дн.); T_1 – число дней с начала месяца до дня выплаты заработной платы. Прирост задолженности по заработной плате определяется как разность между расчетной суммой задолженности по заработной плате и задолженностью по оплате труда на начало планируемого года. К сумме прироста задолженности по заработной плате необходимо добавить отчисления на социальные нужды. Поступление средств в виде долгосрочных кредитов определяется на основе плана развития предприятия и договоров с банками о величине и условиях кредитования инвестиций предприятия на планируемый год. Расходные статьи баланса доходов и расходов также заполняются на основе предварительных расчетов.

Распределение прибыли указывается по направлениям ее использования на основе соответствующей сметы (расходы на материальное стимулирование, социальные нужды, пополнение норматива оборотных средств, погашение кредитов, отчисления в резерв, платежи в бюджет и др.).

Критерием правильности составления финансового плана является достижение баланса доходной и расходной его частей, при этом очень важно, чтобы возмещение расходов предусматривалось прежде всего за счет собственных источников финансирования. План движения денежных средств характеризует платежеспособность и финансовое состояние предприятия. Его цель – определить потребность предприятия в денежных средствах и оценить эффективность их использования.

План движения денежных средств составляют по трем видам деятельности предприятия: основной (производственной), инвестиционной и финансовой. По каждому виду деятельности определяется показатель денежного потока, который характеризует денежную наличность или поток денежной наличности. Суммарная величина по трем видам деятельности, представляющая собой остатки денежных средств предприятия за год, характеризует финансовое состояние предприятия.

Положительный денежный поток свидетельствует о финансовой устойчивости предприятия. План движения денежных средств охватывает весь оборот денежных ресурсов предприятия и содержит два раздела: поступление (приток) денежных средств и отчисление (отток) денежных средств. Каждому разделу соответствуют определенные статьи.

Основными статьями поступления денежных средств являются выручка от реализации продукции (без НДС), выручка от прочей реализации (без НДС), доходы от внереализационных операций, получение займов, кредитов, средства целевого финансирования, увеличение задолженности и др. К статьям расходов относятся затраты на производство и реализацию продукции (без амортизационных отчислений), налоговые платежи в бюджет, прирост собственных оборотных средств, погашение задолженности, расходы от прочей реализации, расходы по внереализационным операциям, инвестиции в основные фонды и нематериальные активы, содержание объектов социальной сферы и др.

Статьи расходов дифференцированы по видам деятельности предприятия и сопровождаются конкретными плановыми расчетами. Превышение денежных поступлений (приток) над их расходами (отток) означает устойчивое финансовое состояние предприятия в планируемом году. И, наоборот, превышение расходов денежных средств (оттока) над их поступлением (притоком) свидетельствует о необходимости поиска заемных источников финансирования. План считается окончательно составленным, если в нем предусмотрены источники денежных средств, обеспечивающих полное покрытие потребности предприятия в финансовых ресурсах на планируемый год

Основная литература

№ 1-3

Дополнительная литература

6. № 4-7

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Что такое запас финансовой прочности?
2. Что является основными статьями поступления денежных средств?
3. Как дифференцированы статьи расходов ?

4. Что такое безубыточность?

Лабораторная работа 8

План по рискам. Составление резюме

Цель работы: научиться составлять план по рискам и резюме

Задание:

1. Составить план по рискам.
2. Составить резюме бизнес-плана

Порядок выполнения:

Следует рассчитывать и определять факторы риска, показатели безубыточности проекта;

Затем принять решения по результатам анализа с целью оптимизации доходов, затрат и рационального использования денежных средств.

Форма отчетности:

Отчет выполняется на листах формата А4 и включает оценку эффективности участия инвесторов в проекте. Анализ рисков.

Задания для самостоятельной работы:

1. Рассчитывать и определять факторы риска, показатели безубыточности проекта;
2. Принять решения по результатам анализа с целью оптимизации доходов, затрат и рационального использования денежных средств.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторному занятию

Задача 1 «Определение экономического эффекта от снижения трудоемкости работ»

Определить наиболее эффективный вариант механизации работ в конструкторском бюро. Ожидаемые снижения трудоемкости работ по их видам для каждого варианта механизации представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Исходные данные для расчетов.

| Виды работ | Коэффициент снижения трудоемкости по вариантам механизации работ (K_c), % | | | Количество сотрудников в отделе (N_i), чел. | Средняя годовая зарплата 1 работника ($L_{год}$), ден. ед. |
|--|---|--------|--------|---|--|
| | 1 | 2 | 3 | | |
| 1. Расчетные работы | 30 | 10 | 50 | 6 | 1650 |
| 2. Конструкторские работы | 25 | 30 | 5 | 75 | 1750 |
| 3. Прочие работы | 40 | 25 | 12 | 18 | 1200 |
| Дополнительные данные для расчетов: | | | | | |
| 1. Годовые затраты на использование средств механизации (S_i), денежных ед. | 38000 | 15000 | 35000 | | |
| 2. Стоимость средств механизации (K_i), ден. ед. | 240000 | 160000 | 120000 | | |
| 3. Коэффициент дополнительной заработной платы и начислений по социальному страхованию ($K_{доп}$) | 1,3 | | | | |
| 4. Накладные расходы по конструкторскому бюро ($K_{нр}$), % | 80 | | | | |

Методические указания к задаче 1.

Последовательность расчетов и необходимые формулы:

1. Определите годовую экономию с учетом снижения трудоемкости работ:

$$\mathcal{E}_{\text{год } i} = \sum_{i=1}^m L_{\text{год}} \cdot N_i \cdot \frac{K_c}{100} \cdot \left(K_{\text{дон}} + \frac{K_n}{100} \right),$$

где: $m=1..3$ – количество видов работ.

2. Определите годовую экономию с учетом затрат по использованию средств механизации:

$$\mathcal{E}_i = \mathcal{E}_{\text{год } i} - S_i,$$

Если значение $\mathcal{E}_i < 0$, то такой вариант механизации работ из дальнейших расчетов выбывает, т.к. это свидетельствует о том, что данный вариант является убыточным и не обеспечивает экономию суммарных текущих затрат по конструкторскому бюро.

3. Определите коэффициент экономической эффективности:

$$K_{\text{эф}} = \frac{\mathcal{E}_i}{K_i},$$

По результатам расчетов выбирается вариант, имеющий наибольшее значение $K_{\text{эф}}$.

4. Определите экономическую эффективность при внедрении наилучшего варианта механизации:

$$\mathcal{E}\phi_i = \mathcal{E}_i - \mathcal{E}_u \cdot K_i,$$

5. Результаты расчетов оформить в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты расчетов.

| Показатели | Варианты механизации работ | | |
|--|----------------------------|---|---|
| | 1 | 2 | 3 |
| 1. Годовая экономия с учетом снижения трудоемкости работ, ден. ед. | | | |
| 2. Годовая экономия с учетом затрат по использованию средств механизации, ден. ед. | | | |
| 3. Коэффициент экономической эффективности | | | |
| 4. Экономическая эффективность при внедрении наилучшего варианта механизации, ден. ед. | | | |

Задача 2 «Определение вероятности получения прибыли»

При вложении капитала в инновационный проект №1 из 120 возможных случаев прибыль в размере 12,5 млн. руб. может быть получена в 48 случаях из 120; 20 млн. руб. – в 42 случаях; 12 млн. руб. – в 30 случаях.

Аналогично при выполнении проекта №2: прибыль в размере 15 млн. руб. может быть получена в 36 случаях из 120; 20 млн. руб. – в 60 случаях; 27,5 млн. руб. – в 24 случаях.

Определить:

1. Вероятность получения соответствующей прибыли по каждому из вариантов вложения капитала.

2. Среднее ожидаемое значение прибыли для каждого варианта.

3. Дисперсию и среднее квадратическое отклонение ожидаемого результата.

4. Коэффициент вариации.

5. Выбрать наиболее выгодный вариант инвестирования.

Методические указания.

Последовательность расчетов и необходимые формулы:

1. Вероятность получения соответствующей прибыли по каждому из вариантов вложения капитала:

$$B_i = \frac{m_i}{n},$$

где: m_i – число случаев получения прибыли из всего возможных; n – число всех случаев.

2. Среднее ожидаемое значение прибыли для каждого варианта.

$$\overline{PP}_i = \sum PP_i \cdot B_i,$$

3. Дисперсия: $\sigma_i^2 = \sum (PP_i - \overline{PP}_i)^2 \cdot B_i,$

среднеквадратическое отклонение ожидаемого результата.

$$\sigma_i = \sqrt{\sigma_i^2},$$

4. Коэффициент вариации.

$$V_i = \frac{\sigma_i}{PP_i} \cdot 100\%,$$

5. Выбрать наиболее выгодный вариант инвестирования.

Задача 3 «Выбор направления инвестирования на основе оценки степени риска»

Существует следующая структура инвестиционных проектов предприятия (таблица 3). Известно, что прибыль прошлого года установлена на уровне 150 млн. руб. Определить наиболее выгодный вариант финансирования.

Таблица 3 – Исходные данные и результаты расчетов.

| Наименование проекта | вероятность получения прибыли | степень роста финансового результата, % | прирост суммы прибыли, млн. руб. | общая сумма прибыли с учетом прироста, млн. руб. | дисперсия, млн. руб. | среднеквадратическое отклонение, млн. руб. | коэффициент вариации, % | среднее ожидаемое значение прибыли, млн. руб. | выбор проекта (от 1 до 6 по степени предпочтительности) |
|---|-------------------------------|---|----------------------------------|--|----------------------|--|-------------------------|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1. Финансирование рекламных проектов | 0,2 | 15 | | | | | | | |
| | 0,3 | 10 | | | | | | | |
| | 0,5 | 8 | | | | | | | |
| 2. Капиталовложения на установление новых производственных линий по выпуску продукции | 0,1 | 17 | | | | | | | |
| | 0,3 | 9 | | | | | | | |
| | 0,6 | 7 | | | | | | | |
| 3. Затраты на обновление упаковки продукции | 0,2 | 15 | | | | | | | |
| | 0,3 | 12 | | | | | | | |
| | 0,5 | 11 | | | | | | | |
| 4. Инвестирование покупки нового оборудования | 0,4 | 10 | | | | | | | |
| | 0,2 | 14 | | | | | | | |
| | 0,4 | 10 | | | | | | | |
| 5. Финансирование маркетинговых исследований по поиску новых рынков сбыта | 0,6 | 4 | | | | | | | |
| | 0,3 | 10 | | | | | | | |
| | 0,1 | 7 | | | | | | | |
| 3. Инвестирование выпуска новой продукции | 0,2 | 15 | | | | | | | |
| | 0,1 | 20 | | | | | | | |
| | 0,7 | 5 | | | | | | | |

Задача 4 Составить резюме по наилучшему варианту проекта

Цель резюме – в сжатой форме представить основные идеи бизнес-плана, а также при необходимости привлечь внимание и заинтересованность потенциального партнера, инвестора и кредитора. Описание проекта (резюме) может включать следующую информацию:

- цель и задачи бизнес-плана;
- описание предприятия, его специализацию и предысторию развития предприятия;
- краткие сведения о квалификации управленческого персонала, какими способностями, применительно к настоящему проекту, обладает управленческий персонал;
- преимущества продукции (услуг) предприятия на рынке и в отрасли;
- ресурсы предприятия, его текущее финансовое состояние;

- долгосрочную и краткосрочную стратегии предприятия, возможности роста производства и доходов, какие доходы предполагается получить, за какой период времени;
- описание ситуации на рынке и в отрасли применительно к исследуемому производству;
- потребности в инвестициях, направления их использования, предполагаемые источники финансирования, порядок возврата заемных средств;
- какие риски могут ожидать предприятие и каков их уровень;
- экономическое обоснование и эффективность проекта.

Таким образом, резюме представляет собой краткий обзор бизнес-плана. Его объем не должен превышать трех страниц машинописного текста. Пишется резюме в последнюю очередь, при этом текст обычно составляется из ключевых фраз других разделов бизнес-плана.

Основная литература

№ 1-3

Дополнительная литература

7. № 4-7

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Назовите основные виды проектных рисков
2. Какова цель проведения анализа рисков проекта
3. Что отражается в резюме бизнес-плана?

9.2 Контрольные мероприятия: контрольная работа

Тема. Составление отдельных частей бизнес-плана.

Цель работы. Научиться планировать хозяйственную деятельность фирмы на ближайший и отдаленный периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

Содержание. Два теоретических вопроса, две практические задачи.

Структура, объем.

Контрольная работа выполняется на листах формата А4, объем 20-30 страниц.

Текст пояснительной записки может быть распечатан на одной стороне листа белой бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть чёрным, высота букв, цифр и других знаков не менее 1,8 мм (кегель-14). Текст пояснительной записки следует писать или печатать с полями: правое – 10 мм, левое – 30 мм, верхнее и нижнее – 20 мм. Страницы пояснительной записки нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту, включая Приложения. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц, но номер на нём не ставится.

Текст основной части пояснительной записки делят на разделы, подразделы, пункты: 1-раздел; 1.1 – подраздел; 1.1.1- пункт. Разделы начинают с новой страницы. Введение и заключение не нумеруются.

Заголовки разделов и подразделов следует печатать с абзацного отступа строчными буквами начиная с прописной без точки в конце, не подчёркивая. Переносы и сокращения слов в заголовках не допускаются. Заголовки разделов и подразделов следует выделять жирным или полужирным шрифтом.

Чертежи, графики, схемы и т. п. обозначаются словом «Рисунок» и нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией или в пределах раздела. В этом случае номер рисунка состоит из номера раздела и порядкового номера рисунка в пределах раздела, разделённых точкой. Рисунки следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются или на следующей странице. Рисунок должен иметь поясняющую надпись.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией или в пределах раздела. В этом случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделённых точкой. Название таблицы следует помещать над таблицей слева, с абзацного отступа в одну строку с её номером через тире, например «Таблица 2- Ведомость объёмов работ». Таблицы следует располагать в поясни-

тельной записке непосредственно после текста, в котором она упоминается или на следующей странице. На все рисунки и таблицы в тексте пояснительной записки должны быть ссылки. В «Заключении» приводят основные выводы по выполнению контрольной работы

.Список используемых источников должен содержать перечень источников, использованных при выполнении курсовой работы в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1- 2003 «Библиографическое описание. Общие требования и правила составления». Список составляется в порядке упоминания источников в тексте пояснительной записки. Ссылки на источники, указанные в списке, должны быть сделаны в квадратных скобках.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. ОС Windows 7 Professional.
2. Microsoft Imagine Premium.
3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Security.
4. Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN No Level.
5. Консультант Плюс. Правовая информационная система.

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

| <i>Вид занятия</i> | <i>Наименование аудитории</i> | <i>Перечень основного оборудования</i> | <i>№ Лк, ЛР</i> |
|--------------------|-----------------------------------|---|-----------------|
| 1 | 3 | 4 | 5 |
| Лк | мультимедийный (дисплейный) класс | Интерактивная доска SMART Board X885i со встроенным XGA проектором UX60; 26-ПК: CPU AMD Athlon (tm) 64x2 Dual Core Processor 5000+ 2,59 ГГц, 2 Гб ОЗУ; Мониторы Samsung E1920NR; Плоттер: HIE DMP-161; Сканер: EPSON GT1500; Акустическая система Jb-118 | - |
| ЛР | Дисплейный класс | оборудование I5-2500 / H67 / 4Gb / 500Gb / DVD-RW (монитор TFT19 Samsung E1920NR); интерактивная доска SMART Board со встроенным проектором | № 1-8 |
| кр | Дисплейный класс | оборудование I5-2500 / H67 / 4Gb / 500Gb / DVD-RW (монитор TFT19 Samsung E1920NR); интерактивная доска SMART Board со встроенным проектором | - |
| СР | ЧЗ1 | Оборудование 10-ПК i5-2500/H67/4Gb(монитор TFT19 Samsung); принтер HP LaserJet P2055D | - |

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

1. Описание фонда оценочных средств (паспорт)

| № Компетенции | Элемент компетенции | Раздел | ФОС |
|----------------------|--|--|---------------------------------|
| ОК-3 | -способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности | 1. Бизнес-планирование на предприятии | Вопросы к зачёту № 1.1- 1.4 |
| | | 2. Исследование и анализ рынка сбыта. | Вопросы к зачёту № 2.1 - 2.5 |
| | | 3. Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия | Вопросы к зачёту № 3.1 - 3.4 |
| | | 4. План маркетинга | Вопросы к зачёту № 4.1- 4.15 |
| | | 5. План производства и организационный план | Вопросы к зачёту № 5.1 - 5.10 |
| | | 6. Финансовый план предприятия | Вопросы к зачёту №6.1 - 6.9 |
| | | 7. Формирование финансовой стратегии и инвестиционные расчеты | Вопросы к зачёту № 7.1 - 7.5 |
| | | 8. Особенности различных видов бизнес-планов | Вопросы к зачёту № 8.1- 8.12 |
| ПК-15 | -способность составлять отчеты по выполненным работам, участвовать во внедрении результатов исследований и практических разработок | 1. Бизнес-планирование на предприятии | Вопросы к зачёту № 1.5;1.6 |
| | | 2. Исследование и анализ рынка сбыта. | Вопросы к зачёту №.2.1-2.3 |
| | | 3. Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия | Вопросы к зачёту № 3.1; 3.4 |
| | | 4. План маркетинга | Вопросы к зачёту №4.3-4.14 |
| | | 5. План производства и организационный план | Вопросы к зачёту № 5.1 - 5.10 |
| | | 6. Финансовый план предприятия | Вопросы к зачёту № 6.1 - 6.3 |
| | | 7. Формирование финансовой стратегии и инвестиционные расчеты | Вопросы к зачёту №7.1 -7.5 |
| | | 8. Особенности различных видов бизнес-планов | Вопросы к зачёту № 8.1;8.7-8.12 |
| ПК-21 | - знание основ ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, способность разрабатывать меры по повышению технической и экономической эффективности работы строительных организа- | 1. Бизнес-планирование на предприятии | Вопросы к зачёту № 1.5;1.6 |
| | | 2. Исследование и анализ рынка сбыта. | Вопросы к зачёту №.2.1-2.3 |
| | | 3. Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия | Вопросы к зачёту № 3.1; 3.4 |
| | | 4. План маркетинга | Вопросы к зачёту №4.3-4.14 |
| | | 5. План производства и организационный план | Вопросы к зачёту № 5.1 - 5.10 |
| | | 6. Финансовый план предприятия | Вопросы к зачёту № 6.1 - 6.3 |
| | | 7. Формирование финансовой страте- | Вопросы к зачёту |

| | | | |
|--|---|--|---------------------------------|
| | ций и организаций жилищно-коммунального хозяйства | гии и инвестиционные расчеты | №7.1 -7.5 |
| | | 8. Особенности различных видов бизнес-планов | Вопросы к зачёту № 8.1;8.7-8.12 |

2. Вопросы к зачету

| № п/п | Компетенции | | Вопросы к зачету | № и наименование раздела |
|-------|--|--|--|--|
| | Код | Определение | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | ОК-3 | способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности | 1.1. Цель и основные задачи дисциплины. | 1. Бизнес-планирование на предприятии |
| | | | 1.2. Программа и организация изучения дисциплины. | |
| | | | 1.3. Цели, задачи, функции и принципы бизнес-планирования. | |
| | | | 1.4. Назначение бизнес-планов. Структура и последовательность разработки бизнес-плана. | |
| | | | 1.5. Организация процесса бизнес-планирования. | |
| ПК-15 | -способность составлять отчеты по выполненным работам, участвовать во внедрении результатов исследований и практических работ | | 1.6. Компьютерные технологии разработки бизнес-планов | 2. Исследование и анализ рынка сбыта. |
| | | | 2.1. Формирование стратегии развития предприятия | |
| | | | 2.2. Методология исследования рынка сбыта. | |
| | | | 2.3. Классификация рынков. Оценка конъюнктуры рынка. | |
| | | | 2.4. Выбор стратегических зон хозяйствования. | |
| ПК-21 | - знание основ ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, способность разрабатывать меры по повышению технической и экономической эффективности работы строительных организаций и ор- | | 2.5. Позиционирование рынка. | 3. Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия |
| | | | 3.1. Анализ сильных и слабых сторон предприятия. | |
| | | | 3.2. Оценка конкурентоспособности продукции предприятия. | |
| | | | 3.3. Оценка конкурентоспособности предприятия. | |
| | | | 3.4. Анализ конкурентных преимуществ предприятия | |
| | | | 4.1. Стратегия маркетинга. | 4. План маркетинга |
| | | | 4.2. Типы маркетинга в зависимости от характера спроса. | |
| | | | 4.3. Товарная политика фирмы. | |
| | | | 4.4. Ассортиментная политика фирмы. | |
| | | | 4.5. Разработка и внедрение новой продукции. Рыночная атрибутика товара. | |
| | | | 4.6. Ценовая политика фирмы. | 5. План производства и организационный план |
| | | | 4.7. Ценовая стратегия предприятия. | |
| | | | 4.8. Выбор метода ценообразования. | |
| | | | 4.9. Ценовая тактика предприятия. | |
| | | | 4.10. Рыночное страхование цен. | |
| | | | 4.11. Сбытовая политика предприятия. | |
| | | | 4.12. Каналы распространения товара. Система товародвижения. | |
| | | | 4.13. Коммуникативная политика предприятия. | |
| | | | 4.14. Структура и инструменты комплекса маркетинговых коммуникаций. | |
| | | | 4.15. Бюджет маркетинга. | |
| | | | 5.1. Производственная программа. | |
| | | | 5.2. Производственные мощности и их развитие. | |
| | | | 5.3. Определение потребности в ресурсах. | |
| | | | 5.4. Потребность в долгосрочных ресурсах. | |
| | | | | |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | ганизаций жилищно-коммунального хозяйства, | 5.5. Потребность в оборотных средствах. 5.6. Потребность в персонале. 5.7. Прогноз затрат. Разработка сметы затрат. 5.8. Разработка калькуляции себестоимости. 5.9. Организационная структура предприятия. 5.10. Кадровая политика фирмы. | |
| | | 6.1. Финансовая отчетность предприятия. 6.2. Анализ финансово-экономического состояния предприятия. 6.3. Планирование основных финансовых показателей. 6.4. Прогноз прибылей и убытков. 6.5. Прогноз налоговых платежей. 6.6. Прогноз движения денежных средств. 6.7. Финансовая оценка проектов. 6.8. Оценка безубыточности работы предприятия. 6.9. Оценка запаса финансовой прочности | 6. Финансовый план предприятия |
| | | 7.1. Определение потребности в инвестициях и источников их финансирования. 7.2. Оценка эффективности проекта. 7.3. Методы оценки коммерческой эффективности. 7.4. Оценка социально-экономической эффективности. 7.5. Оценка бюджетной эффективности | 7. Формирование финансовой стратегии и инвестиционные расчеты |
| | | 8.1. Содержание бизнес-плана финансового оздоровления предприятия. 8.2. Рынок и конкуренция. 8.3. Деятельность в сфере маркетинга. 8.4. Производственный план. 8.5. Содержание бизнес-плана инвестиционного проекта. 8.6. Правила принятия инвестиционных решений. 8.7. Критерии оценки инвестиций. 8.8. Методология оценки инвестиций. 8.9. Правила экономической оценки инвестиционных проектов. 8.10. Разработка инвестиционных проектов. Содержание инвестиционного проекта. 8.11. Техничко-экономическое обоснование. 8.12. Планирование осуществления проекта. | 8. Особенности различных видов бизнес-планов |

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

| Показатели | Оценка | Критерии |
|--|---------|---|
| <p>Знать: <i>ОК-3:</i> - способы использования основ экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности <i>ПК-15:</i> - способы составления отчетов по выполненным работам, участвовать во внедрении результатов исследований и практических разработок; <i>ПК-21:</i> - основы ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-</p> | зачтено | В ходе собеседования студент продемонстрировал достаточные знания использования основ экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; составления отчетов по выполненным работам, участия во внедрении результатов исследований и практических разработок; показал знания основ ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, мер повышения технической и эконо- |

| | | |
|--|--------------------------|--|
| <p>но-коммунальном хозяйстве, меры повышения технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства</p> | | <p>мической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства</p> |
| <p>Уметь: ОК-3: - использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности ПК-15: - составлять отчеты по выполненным работам, участвовать во внедрении результатов исследований и практических разработок; ПК-21: - составлять сметную документацию и отчеты по утвержденным формам;</p> <p>Владеть: ОК-3: -способами использования основ экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности ПК-15: -способами составления отчетов по выполненным работам, участвовать во внедрении результатов исследований и практических разработок; ПК-21: -навыками основ ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, способностью разрабатывать меры по повышению технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства;</p> | <p>Не зачтено</p> | <p>В ходе собеседования студент продемонстрировал отсутствие знаний использования основ экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; составления отчетов по выполненным работам, участия во внедрении результатов исследований и практических разработок; не знает основы ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, меры повышения технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства</p> |

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности

Дисциплина Б1.В.ДВ.12.2 Бизнес-планирование направлена на ознакомление с основами экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности, на умение составлять отчеты по выполненным работам. Целью изучения дисциплины является освоение теоретических основ бизнес-планирования; понимание его сущности, а также изучение структуры и содержания бизнес-плана; анализ конкурентов; производственный план; организационный план; план маркетинга; оценка рисков и страхование; финансовый план.

Изучение дисциплины Б1.В.ДВ.12.2 Бизнес-планирование предусматривает:

- Лекции;
- Лабораторные работы;
- Зачет;
- Контрольную работу
- Самостоятельную работу.

В ходе освоения раздела 1 " Бизнес-планирование на предприятии " студенты должны уяснить основные понятия и термины курса. Роль «Бизнес-планирования» в деятельности предприятий, его практическое значение.

Раздел 2 " Исследование и анализ рынка сбыта." направлен на изучение стратегии развития предприятия, исследования рынка и конъюнктуры сбыта. Позиционирование рынка

В ходе изучения раздела 3 " Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия" студентом приобретаются знания о сильных и слабых сторонах предприятия., о конкурентоспособности продукции предприятия.

В ходе освоения раздела 4 " План маркетинга " формирует знания о типах маркетинга в зависимости от характера спроса, о товарной политике фирмы и ассортиментной политике. Также раскрывает понятия ценовой политики, стратегии и сбытовой политика предприятия.

Раздел 5 " План производства и организационный план " направлен на изучение производственной программы и производственной мощности ее развития. Формирует знания потребностях в ресурсах и в оборотных средствах, потребность в персонале Учит разрабатывать смету затрат и калькуляцию себестоимости. Учит составлять организационную структуру предприятия

В ходе изучения раздела 6 " Финансовый план предприятия" студентом приобретаются знания о финансовой отчетности предприятия. Учит делать анализ финансово-экономического состояния предприятия и планировать основные финансовые показатели. Прогнозировать прибыли и убытки

В ходе освоения раздела 7 " Формирование финансовой стратегии и инвестиционные расчеты " формирует знания о инвестициях и источниках их финансирования, а также оценки эффективности проекта.

Раздел 8 " Особенности различных видов бизнес-планов " направлен на изучение содержания бизнес-плана финансового оздоровления предприятия.

Овладение ключевыми понятиями курса является основой для глубокого понимания практики бизнес-планирования во всех ее проявлениях и рассматривает умение определять цели, стратегию деятельности предприятия (организации), разрабатывать план действий на перспективу, определять сумму инвестиций для достижения поставленных целей и оценивать эффективность инвестиционных затрат в проект.

При подготовке к зачету рекомендуется особое внимание уделить вопросам структуры и функций бизнес-планов; требованиям, выдвигаемые к разработке бизнес-планов; на методику бизнес-планирования.

В процессе проведения лабораторных работ происходит закрепление знаний, полученных в процессе лекций, формирование умений и навыков практической реализации поставленных экономических задач.

Самостоятельную работу необходимо начинать с теоретического освоения ключевых понятий курса, проработки методических указаний по выполнению контрольной работы и

лабораторных работ.

В процессе консультации с преподавателем обучающийся должен обозначить вопросы, термины, материалы, которые вызывают у него особые трудности.

Работа с литературой является важнейшим элементом в получении знаний по дисциплине. Прежде всего, необходимо воспользоваться списком рекомендуемой литературы по данной дисциплине. Дополнительные сведения по изучаемым темам можно найти в периодической печати и глобальной сети Интернет, например, в системе дистанционного обучения (<http://ilogos.brstu.ru>).

По данной дисциплине предусмотрено проведение аудиторных занятий (в виде лекций и лабораторных работ) в сочетании с внеаудиторной работой.

В процессе подготовки к зачету, обучающиеся обращаются к пройденному учебному материалу. При этом они не только закрепляют полученные знания, но и получают новые. Подготовка к зачету включает в себя три этапа:

-самостоятельная работа в течение семестра;

непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачёту, по темам курса с выяснением вызвавших наибольшие трудности вопросов на консультации;

-подготовка ответа на вопросы зачёта.

Литература для подготовки к зачету рекомендуется преподавателем, либо можно воспользоваться системой дистанционного обучения (<http://ilogos.brstu.ru>). Для полноты учебной информации рекомендуется использовать не менее двух источников.

Основным источником подготовки к зачету является конспект лекций, где учебный материал дается в систематизированном виде, основные положения его детализируются, подкрепляются современными фактами и информацией, которые в силу новизны не вошли в опубликованные печатные источники. В ходе подготовки к зачету студентам необходимо обращать внимание не столько на уровень запоминания, сколько на глубину понимания излагаемых проблем.

Зачет проводится по вопросам, охватывающим весь пройденный материал. По окончании ответа преподаватель может задать студенту дополнительные и уточняющие вопросы. На подготовку ответа по зачету студенту дается 30 минут. Положительным также будет стремление студента изложить различные точки зрения на рассматриваемую проблему. Результаты зачета объявляются обучающемуся после окончания ответа в день сдачи.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Бизнес-планирование

1. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является:

- овладение студентами основ бизнес-планирования с учетом современных требований к уровню квалификации специалистов.

Задачей изучения дисциплины является:

- освоение теоретических основ бизнес-планирования; понимание его сущности.
-изучение структуры и содержания бизнес-плана; анализ конкурентов; производственный план; организационный план; план маркетинга; оценка рисков и страхование; финансовый план.

2. Структура дисциплины

2.1 Распределение трудоемкости по отдельным видам учебных занятий, включая самостоятельную работу:

Лекции – 4ч., Лабораторные работы – 8ч., Самостоятельная работа – 92 ч.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часа, 3 зачетные единицы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часа, 3 зачетные единицы.

2.2 Основные разделы дисциплины:

- 1 Бизнес-планирование на предприятии
- 2 Исследование и анализ рынка сбыта
- 3 Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия
- 4 План маркетинга
- 5 План производства и организационный план
- 6 Финансовый план предприятия
- 7 Формирование финансовой стратегии и инвестиционные расчеты
- 8 Особенности различных видов бизнес-планов

3. Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей компетенции:

- ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

- ПК-15 - способность составлять отчеты по выполненным работам, участвовать во внедрении результатов исследований и практических разработок;

- ПК-21- знание основ ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, способность разрабатывать меры по повышению технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства,

4. Вид промежуточной аттестации: зачет

**Протокол о дополнениях и изменениях в рабочей программе
на 2017 - 2018 учебный год**

1. В рабочую программу по дисциплине вносятся следующие дополнения:

2. В рабочую программу по дисциплине вносятся следующие изменения:

Протокол заседания кафедры № _____ от « ____ » _____ 20 ____ г.,
(разработчик)

Заведующий кафедрой _____

(подпись)

(Ф.И.О.)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

1. Описание фонда оценочных средств (паспорт)

| № Компетен- ции | Элемент компетенции | Раздел | ФОС |
|-----------------------|---|---|-------------------------|
| ОК-3 | - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности | 1. Исследование и анализ рынка сбыта | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 2. Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 3. План маркетинга | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 4. План производства и организационный план | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 5. Финансовый план предприятия | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 6. Формирование финансовой стратегии и инвестиционные расчеты | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 7. Особенности различных видов бизнес-планов | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 8. Исследование и анализ рынка сбыта | <i>Вопросы к зачету</i> |
| ПК-15 | -способность составлять отчеты по выполненным работам, участвовать во внедрении результатов исследований и практических разработок ; | 1. Исследование и анализ рынка сбыта | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 2. Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 3. План маркетинга | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 4. План производства и организационный план | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 5. Финансовый план предприятия | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 6. Формирование финансовой стратегии и инвестиционные расчеты | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 7. Особенности различных видов бизнес-планов | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 8. Исследование и анализ рынка сбыта | <i>Вопросы к зачету</i> |
| ПК-21 | - знание основ ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, способность разрабатывать меры по повышению технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства, | 1. Исследование и анализ рынка сбыта | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 2. Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 3. План маркетинга | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 4. План производства и организационный план | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 5. Финансовый план предприятия | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 6. Формирование финансовой стратегии и инвестиционные расчеты | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 7. Особенности различных видов бизнес-планов | <i>Вопросы к зачету</i> |
| | | 8. Исследование и анализ рынка сбыта | <i>Вопросы к зачету</i> |

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

| Показатели | Оценка | Критерии |
|--|--------------------------|---|
| <p>Знать: <i>ОК-3:</i> - способы использования основ экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности <i>ПК-15:</i> - способы составления отчетов по выполненным работам, участвовать во внедрении результатов исследований и практических разработок; <i>ПК-21:</i> - основы ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, меры повышения технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства</p> | <p>зачтено</p> | <p>В ходе собеседования студент продемонстрировал достаточные знания использования основ экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; составления отчетов по выполненным работам, участия во внедрении результатов исследований и практических разработок; показал знания основ ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, мер повышения технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства</p> |
| <p>Уметь: <i>ОК-3:</i> - использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности <i>ПК-15:</i> - составлять отчеты по выполненным работам, участвовать во внедрении результатов исследований и практических разработок; <i>ПК-21:</i> - составлять сметную документацию и отчеты по утверждённым формам;</p> <p>Владеть: <i>ОК-3:</i> -способами использования основ экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности <i>ПК-15:</i> -способами составления отчетов по выполненным работам, участвовать во внедрении результатов исследований и практических разработок; <i>ПК-21:</i> -навыками основ ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, способностью разрабатывать меры по повышению технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства;</p> | <p>Не зачтено</p> | <p>В ходе собеседования студент продемонстрировал отсутствие знаний использования основ экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; составления отчетов по выполненным работам, участия во внедрении результатов исследований и практических разработок; не знает основы ценообразования и сметного нормирования в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве, меры повышения технической и экономической эффективности работы строительных организаций и организаций жилищно-коммунального хозяйства</p> |

Программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 08.03.01 Строительство от «12» марта 2015 г. № 201

для набора 2015 года: и учебным планом ФГБОУ ВПО «БрГУ» для заочной формы обучения от «01» октября 2015 г. № 587

для набора 2016 года: и учебным планом ФГБОУ ВО «БрГУ» для заочной формы обучения от «06» июня 2016 г. № 429

для набора 2017 года: и учебным планом ФГБОУ ВО «БрГУ» для заочной формы обучения от «06» марта 2017 г. № 125

Программу составил:

Волкова Ольга Евгеньевна, к.т.н., доцент _____

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры СКИТС от «17» декабря 2018 г., протокол № 6 .

Заведующий кафедрой СКИТС _____ Коваленко Г.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий выпускающей кафедрой СКИТС _____ Коваленко Г.В.

Директор библиотеки _____ Сотник Т.Ф.

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИСФ от «20» декабря 2018 г., протокол № 4.

Председатель методической комиссии факультета _____ Перетолчина Л.В.

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического управления _____ Нежевец Г.П.

Регистрационный № _____