

*Приложение 4.19.1 к ОПОП по специальности
38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)*

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

Многопрофильный колледж

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОПЦ.11 БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

**для обучающихся специальности
38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет
(по отраслям)**

Магнитогорск, 2024

ОДОБРЕНО

Предметно-цикловой комиссией «Экономики и сферы обслуживания»

Председатель Н.Н. Колесникова

Протокол № 5 от «31» января 2024

Методической комиссией МпК

Протокол №3 от «21» февраля 2024

Разработчик:

преподаватель отделения №3 «Строительства, экономики и сферы обслуживания» Е.С. Гатина
Многопрофильного колледжа ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»

Методические указания по выполнению практических работ разработаны на основе рабочей программы учебной дисциплины «Бизнес-планирование».

Содержание практических работ ориентировано на подготовку обучающихся к освоению профессионального(ых) модуля(ей) программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) и овладению профессиональными компетенциями.

СОДЕРЖАНИЕ

1 Введение	<u>4</u>
2 Методические указания	<u>7</u>
Практическое занятие 1	<u>7</u>
Практическое занятие 2	<u>10</u>
Практическое занятие 3	<u>13</u>
Практическое занятие 4	<u>16</u>
Практическое занятие 5	<u>19</u>
Практическое занятие 6	<u>23</u>
Практическое занятие 7	<u>26</u>
Практическое занятие 8	<u>29</u>
Практическое занятие 9	<u>32</u>
Практическое занятие 10	<u>35</u>
Практическое занятие 11	<u>39</u>

1 ВВЕДЕНИЕ

Важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки обучающихся составляют практические занятия.

Состав и содержание практических занятий направлены на реализацию Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования.

Ведущей дидактической целью практических занятий является формирование профессиональных практических умений (умений выполнять определенные действия, операции, необходимые в последующем в профессиональной деятельности) или учебных практических умений, необходимых в последующей учебной деятельности.

В соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «Бизнес-планирование» предусмотрено проведение практических занятий.

В результате их выполнения, обучающийся должен:

уметь:

У₁. проводить сбор информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов;

У₂. применять методы внутреннего контроля (интервью, пересчет, обследование, аналитические процедуры, выборка);

У₃. рассчитывать по принятой методике основные технико-экономические показатели деятельности организации;

У₄. составлять бизнес-планы;

У₅. оценивать финансовое состояние предпринимательства (делать экономические расчёты);

У₆. оценивать риск проекта бизнес-планирования;

Уо_{01.01} распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

Уо_{01.02} анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;

Уо_{01.03} определять этапы решения задачи;

Уо_{01.04} выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

Уо_{01.05} составлять план действий;

Уо_{01.06} определить необходимые ресурсы;

Уо_{01.10} учитывать временные ограничения и сроки при решении профессиональных задач;

Уо_{01.11} владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

Уо_{02.01} определять задачи для поиска информации;

Уо_{02.02} определять необходимые источники информации;

Уо_{02.03} планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;

Уо_{02.05} оценивать практическую значимость результатов поиска;

Уо_{02.06} оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;

Уо_{02.07} использовать современное программное обеспечение;

Уо_{03.01} определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;

Уо_{03.04} выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;

Уо_{03.05} презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план;

Уо_{03.06} рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;

Уо_{03.07} определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;

Уо_{03.08} презентовать бизнес-идею;

Уо_{03.09} определять источники финансирования;

УО_{03.10} применять исследовательские приемы и навыки, чтобы быть в курсе последних отраслевых решений;

УО_{04.01} организовывать работу коллектива и команды;

УО_{04.04} использовать навыки управления проектами в распределении ресурсов и формировании графика выполнения задач;

УО_{07.02} определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства;

УО_{07.04} использовать энергосберегающие и ресурсосберегающие технологии в профессиональной деятельности по специальности;

УО_{09.04} кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);

УО_{09.05} писать простые связные сообщения на знакомые или интересные профессиональные темы.

Содержание практических занятий ориентировано на подготовку обучающихся к освоению профессионального модуля программы подготовки специалистов среднего звена по специальности и овладению **профессиональными компетенциями**:

ПК 2.6 Осуществлять сбор информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов;

ПК 4.1 Отражать нарастающим итогом на счетах бухгалтерского учета имущественное и финансовое положение организации, определять результаты хозяйственной деятельности за отчетный период;

ПК 4.4. Проводить контроль и анализ информации об активах и финансовом положении организации, ее платежеспособности и доходности;

ПК 4.5. Принимать участие в составлении бизнес-плана;

ПК 4.6. Анализировать финансово-хозяйственную деятельность, осуществлять анализ информации, полученной в ходе проведения контрольных процедур, выявление и оценку рисков;

А также формированию **общих компетенций**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Выполнение студентами практических работ по учебной дисциплине «Бизнес-планирование» направлено на:

- обобщение, систематизацию, углубление, закрепление, развитие и детализацию полученных теоретических знаний по конкретным темам учебной дисциплины;

- формирование и развитие умений: наблюдать, сравнивать, сопоставлять, анализировать, делать выводы и обобщения, самостоятельно вести исследования, пользоваться различными приемами измерений, оформлять результаты в виде таблиц, схем, графиков;

- развитие интеллектуальных умений у будущих специалистов;

- выработку при решении поставленных задач профессионально значимых качеств, таких как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.

Практические занятия проводятся после соответствующей темы, которая обеспечивает наличие знаний, необходимых для ее выполнения.

2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Тема 1.1 Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации (предприятия)

Практическое занятие №1.

Понятие и виды бизнес-планов

Цель работы: ознакомить с бизнес-планированием как неотъемлемой частью деятельности коммерческого предприятия.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

У_{03.01} определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;

У_{03.04} выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций

Задание:

1. Заполните таблицу 1 «Стимулы для разработки бизнес-плана».
2. Заполнить таблицу 2. «Классификация бизнес-планов».
3. Заполните таблицу 3. «Внешние функции бизнес-плана».
4. Заполните таблицу 4. «Преимущества и недостатки бизнес-плана».

Контрольные вопросы:

1. Какие цели бизнес-планирования?
2. Для чего на предприятии занимаются бизнес-планированием?
3. Какие виды бизнес-планов вы знаете?

Порядок выполнения работы:

1. Заполните таблицу 1 «Стимулы для разработки бизнес-плана»

Таблица 1.

«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	

1. Заполнить таблицу 2. «Классификация бизнес-планов»

Таблица 2.

«Классификация бизнес-планов»

Критерии классификации	Вид бизнес-плана
Тип бизнес-плана	
Класс бизнес-плана	
Масштаб бизнес-плана	
Длительность бизнес-плана	

2. Заполните таблицу 3. «Внешние функции бизнес-плана»

Таблица 3.

«Внешние функции бизнес-плана»

Функции бизнес-плана	Содержание
Макроэкономический анализ соответствующих сфер производства	
Создание информационной базы для разработки макроэкономических понятий	
Привлечение инвестиций	
Привлечение заемного капитала	
Установление деловых контактов, изучение целей участников	
Обоснование направлений реализации	

3. Заполните таблицу 4. «Преимущества и недостатки бизнес-плана»

Таблица 4.

«Преимущества и недостатки бизнес-плана»

Формы бизнес плана	Преимущества	Недостатки

4. Оформить отчет о проделанной работе.

5. Ответить на контрольные вопросы (устно).

Ход работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом;
2. Выполнить задание в тетради для практических работ
3. Ответьте на контрольные вопросы.

Форма представления результата: Выполненное задание и выводы, сделанные по результатам задания.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Тема 2.1. Общая структура бизнес-плана

Практическое занятие № 2.

Содержание и структура бизнес-планов

Цель работы: ознакомить со структурой бизнес-плана; научить составлять структурные элементы бизнес-плана.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

У₄. составлять бизнес-планы;

У_{01.01} распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

У_{01.02} анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;

У_{01.03} определять этапы решения задачи;

У_{01.04} выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

У_{02.01} определять задачи для поиска информации;

У_{02.02} определять необходимые источники информации;

У_{02.03} планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;

У_{02.05} оценивать практическую значимость результатов поиска;

У_{02.06} оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;

У_{02.07} использовать современное программное обеспечение;

У_{09.04} кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);

У_{09.05} писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций, раздаточный материал

Задание:

1. Заполните таблицу 1 «Жизненный цикл бизнес-плана»
2. Составить титульный лист и резюме бизнес-плана предприятия по нижеприведенным образцам.

Контрольные вопросы:

1. Что понимается под бизнес-планом и каково его значение для деятельности предприятия?
2. Из каких разделов может состоять бизнес-план?
3. Какие основные функции выполняет бизнес-план?

Порядок выполнения работы:

1. Заполните таблицу 1 «Жизненный цикл бизнес-плана»

Таблица 1.

«Жизненный цикл бизнес-плана»

Этап	Сущность этапа
------	----------------

1. Возникновение собственно идеи, разработка бизнес-идеи и составление бизнес-плана	
2. Разработка бизнес-проекта и представление его на внедрение	
3. Внедрение бизнес-проекта и выход на рынок	
4. Функционирование и развитие предложенного в бизнес-проекте дела	
5. Уход с рынка предложенного в бизнес-проекте дела	

2. Составить титульный лист бизнес-плана предприятия по нижеприведенным образцам.

титульный лист бизнес-плана

БИЗНЕС-ПЛАН

Предприятие: _____

Адрес: _____

Телекс _____, факс _____, телефон _____

Кому: _____

Краткое название проекта (до 20-30 знаков)

Полное наименование проекта:

Руководитель предприятия: _____

Проект подготовил: _____

Дата начала реализации проекта: "___" _____ 201__ г.

Продолжительность проекта _____ лет.

Период времени от даты, на которую актуальны исходные данные, до даты начала проекта: _____ мес.

Дата составления: «___» _____ 201__ г.

3. Составить резюме бизнес-плана предприятия по нижеприведенным образцам.

Резюме проекта

1.1 Суть проекта. Здесь необходимо обосновать реальность создания конкурентоспособного предприятия питания выбранного студентом типа и обозначить необходимость проекта по следующим основаниям:

- убедить инвестора (коммерческий банк) в необходимости кредитования проекта;
- рассчитать риски, определить пути повышения конкурентоспособности.

1.2 Эффективность проекта. Обозначить преимущества данного проекта по сравнению с альтернативными по некоторым критериям, например, минимизации капитальных затрат, более высокой рентабельности и пр.

1.3 Сведения о фирме. Обозначить отраслевую принадлежность предприятия, его организационно-правовую форму, принципы подбора сотрудников и персонала.

1.4 Команда управления. Назвать имена и должности аппарата управления фирмы.

1.5 План действий. Указать последовательность этапов инвестиционной деятельности.

1.6 Финансирование. Здесь необходимо указать основные источники финансирования данного проекта.

1.7 Срок, порядок и гарантии возврата инвестиций. Указать примерные сроки окупаемости проекта с момента начала его реализации, порядок погашения займов; назвать гарантов, а также имущественные и финансовые гарантии возврата инвестиций.

Ход работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом.
2. Заполните таблицу.
3. Составьте титульный лист.
4. Составьте Резюме бизнес-плана.
5. Оформить отчет о проделанной работе.
6. Ответить на контрольные вопросы.

Форма представления результата: Выполненное задание и выводы, сделанные по результатам задания.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Тема 2.2 История бизнеса организации (описание отрасли)

Практическое занятие №3.

Общая характеристика отрасли

Цель работы: научить описывать элементы отрасли, в которой работает (или будет работать) предприятие-объект бизнес-планирования.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У₁. проводить сбор информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов;
- У₄. составлять бизнес-планы;
- Уо_{02.01} определять задачи для поиска информации;
- Уо_{02.02} определять необходимые источники информации;
- Уо_{02.03} планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;
- Уо_{02.05} оценивать практическую значимость результатов поиска;
- Уо_{02.06} оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;
- Уо_{02.07} использовать современное программное обеспечение;
- Уо_{04.01} организовывать работу коллектива и команды;
- Уо_{04.04} использовать навыки управления проектами в распределении ресурсов и формировании графика выполнения задач;

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций, справочные материалы в библиотеке и сети интернет, методические указания для практических занятий.

Задание:

1. Проанализируйте бизнес-идеи.
2. Проведите классификацию ресурсов по видам.
3. Определите признаки и ресурсы для определённой фирмы.
4. Определите субъекты и объекты предпринимательской деятельности.

Порядок выполнения работы:

1. Изучите информацию «Как найти идею для бизнеса?»: лучший способ найти идею для бизнеса – это подумать над вещами, которые вас расстраивают или доставляют проблемы.

Ответьте на следующие вопросы:

- что расстраивает вас?
- чего вам не хватает?
- что досаждают вам в повседневной жизни?

Ответы могут быть следующими:

- я не люблю стоять в очереди в магазине, когда впереди еще 10 человек с тележками.
- я не люблю выносить часто мусор
- мне не нравится то, что когда я пользуюсь зонтом, он остается мокрым, когда я вхожу в помещение.

Теперь подумайте, как решить эти проблемы:

- продукт или система, которая автоматизирует или ускоряет очереди в бакалее.

- потребительская версия уплотнителя мусорных отходов
- пластиковый рукав, который наклоняет зонт и стряхивает излишки воды

Начните с проблем, а закончите их решением - вам легче будет определить рынок.

Подумайте и запишите бизнес-идею, которая вам понятна. Затем заполните влияние **внешних и личных факторов** (таблица 1).

Таблица 1.

Бизнес-идея	Внешние факторы		Личные факторы	
	Почему этот бизнес будет успешным?	Почему этот бизнес может не быть успешным?	Почему именно мне стоит этим заняться?	Почему именно мне не стоит этим заниматься?

2. Ознакомьтесь со списком ресурсов:

- автомобиль,
- овощи,
- станки,
- смазочные масла,
- пластмасса,
- маркетинговые исследования,
- книги для библиотеки,
- тара,
- посуда фарфоровая,
- менеджер,
- интернет-ресурсы,
- морозильная камера,
- повар,
- автомобильная стоянка,
- водопровод,
- запчасти,
- гвозди,
- посуда одноразовая,
- выставка-продажа,
- реклама,
- администратор.

Классифицируйте перечисленные ресурсы по видам, представив результаты в таблице

2.

Таблица 2.

Материальные ресурсы	Инвестиционные ресурсы	Информационные ресурсы	Трудовые ресурсы
1.	1.	1.	1.
2.	2.	2.	2.
3.	3.	3.	3.
4.	4.	4.	4.
5.	5.	5.	5.

3. Ознакомьтесь с условием: Вы открываете магазин розничной торговли. Перечислите все ресурсы, которые Вам будут необходимы для создания и организации работы Вашего предприятия.

Результаты представьте в таблице 3.

Таблица 3.

Виды ресурсов	Примеры
Материальные ресурсы	
Инвестиционные ресурсы	
Информационные ресурсы	
Трудовые ресурсы	

4. Охарактеризуйте субъекты и объекты предпринимательской деятельности, используя материал лекции по данной теме.

5. Укажите, что не является объектом предпринимательской деятельности:

- 1) общество с ограниченной ответственностью;
- 2) услуга торговли;
- 3) мебель;
- 4) услуга продавца;
- 5) индивидуальный предприниматель;
- 6) акционерное общество;
- 7) компьютеры.

Ход работы:

1. Анализ информации «Как найти идею для бизнеса?».
2. Изучите признаки фирмы и виды ресурсов, необходимых для деятельности.
3. Классифицируйте предложенные ресурсы по видам.
4. Заполните таблицу производственных ресурсов.
5. Определите ресурсы, необходимые для создания и организации работы определённого предприятия.
6. Изучите субъекты и объекты предпринимательской деятельности.
7. Определите принадлежность к субъектам или объектам предпринимательской деятельности.

Форма представления результата: Выполненное задание и выводы, сделанные по результатам задания.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Тема 2.3 Характеристика объекта бизнеса организации

Практическое занятие № 4.

Информационное обеспечение бизнес-планирования

Цель работы: научить описывать бизнес предприятия и его особенности для грамотного бизнес-планирования.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

У₂. применять методы внутреннего контроля (интервью, пересчет, обследование, аналитические процедуры, выборка);

У_{03.07} определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;

У_{03.09} определять источники финансирования;

У_{03.10} применять исследовательские приемы и навыки, чтобы быть в курсе последних отраслевых решений;

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций, справочные материалы в библиотеке и сети интернет, методические указания для практических занятий.

Задание:

1. Опишите пошагово процесс организации собственного бизнеса.
2. Проведите анализ образцов резюме бизнес-планов.
3. Охарактеризуйте структуру бизнес-плана.
4. Определите период реализации бизнес-проекта.

Контрольные вопросы:

1. Что понимается под собственным бизнесом и каково его отличие от наемного труда на предприятии?
2. Какими критериями руководствуются при разработке структуры бизнес-плана?
3. Что влияет на период реализации бизнес-плана?

Порядок выполнения работы:

Пример описания процесса организации собственного бизнеса:

1. Я хорошо умею вязать вещи (одежду, предметы обихода: прихватки, сумки и т.д.).
2. Я изучаю спрос. Я определяю, кто мой потребитель, какими характеристиками и покупательной способностью обладают сегменты рынка:
 - мамы и жены, не умеющие вязать, но желающие приобрести носки для своих детей/мужей один раз в год по цене от 100 до 200 рублей за пару;
 - женщины, желающие приобрести вещь индивидуальной вязки для себя и членов своей семьи один раз в 2 года по цене от 500 рублей до 2000 рублей. Доход этих двух категорий потребителей от 4 до 8 тыс. руб. на человека в месяц.
 - третьей группой моих потребителей могут стать VIP-персоны, которые хотят получить уникальный товар, изготовленный вручную, необычной модели, из качественной пряжи.

То есть я определяю планируемую выручку от моей работы.

3. Я изучаю конкурентов: магазины готовой одежды, которой пользуются те же группы покупателей, магазины-салоны выставочной коллекционной одежды, рынки, рынок продажи

ниток. Цель изучения конкурентов – определить мои сильные и слабые стороны, угрозы и возможности, чтобы оценить мои риски предпринимательской деятельности.

4. Я определяю, какие условия и ресурсы мне нужны для осуществления моей деятельности: государственная регистрация индивидуальной предпринимательской деятельности, покупка оборудования (набор спиц и крючков, возможно покупка или аренда вязальной машины, покупка пряжи по оптовой цене). Возможно, мне понадобится помещение.

5. Я рассчитываю затраты на организацию моей деятельности.

6. Я сравниваю мой планируемый доход (выручку) и затраты и определяю, стоит ли мне заниматься этой деятельностью.

Задание 1. Выделите у себя умение, навык (например, умею вязать спицами, умею обслуживать компьютерную технику, умею ремонтировать и обслуживать автомобили, умею организовывать праздники, умею шить одежду, умею вкусно готовить, умею хорошо убирать помещения, умею обучать детей чтению и т. д.) и опишите процесс организации собственного бизнеса на основании этого умения. Решение представьте по алгоритму Ваших действий:

- 1) Я хорошо умею _____
- 2) Я изучаю спрос _____
- 3) Я изучаю конкурентов _____
- 4) Я определяю, какие условия и ресурсы мне нужны для осуществления моей деятельности _____
- 5) Я рассчитываю _____
- 6) Я сравниваю _____

Задание 2. Опишите шаги, которые необходимо выполнить гражданину РФ по государственной регистрации и получению всех разрешительных документов, который захочет открыть ИП – реализация канцелярских товаров.

Задание 3. Проанализируйте предложенные образцы резюме бизнес-планов и ответьте на вопросы, используя материал лекции по данной теме:

- 1) Каково основное предназначение резюме в бизнес-плане?
- 2) Какова структура резюме?
- 3) Когда составляется резюме?
- 4) Каковы общие требования к составлению резюме?

Ответы зафиксируйте в таблице 1.

Таблица 1.

№ вопроса	Ответы
1)	
2)	
3)	
4)	

Задание 4. Изучите структуру резюме бизнес-плана, используя предложенные образцы. Составьте резюме бизнес плана (по теме своего проекта). Результаты представьте в таблице 2.

Таблица 2.

Разделы резюме	Примеры (по теме проекта)
1. Название проекта	
2. Юридические и физические лица, заинтересованные в проекте	

3. Цель проекта	
4. Общая стоимость проекта	
5. Конкурентные преимущества проекта	
6. Источники финансирования проекта	
7. Показатели эффективности проекта: – срок окупаемости – рентабельность – объём производства – точка безубыточности	
8. Количество новых рабочих мест	
9. Выводы о ценности проекта	

Задание 5. Определите периоды реализации своего проекта, заполнив таблицу 3.

Таблица 3.

№ п/п	Этапы реализации проекта	Сроки (дата)
1.	Завершение разработки проекта	
2.	Формирование ресурсной базы	
3.	Регистрация фирмы	
4.	Подготовка и организация производства продукции	
5.	Выход на рынок	
6.	Анализ и оценка результатов первого периода деятельности	

Ход работы:

1. Описание процесса организации собственного бизнеса.
2. Анализ образцов резюме бизнес-планов.
3. Характеристика структуры бизнес-плана.
4. Определение периода реализации бизнес-проекта.

Форма представления результата: Выполненное задание и выводы, сделанные по результатам задания.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Тема 2.4 Анализ бизнес-среды организации

Практическое занятие № 5.

Анализ рыночных возможностей

Цель работы: научить описывать бизнес среду организации, ее особенности, влияние на бизнес-планирование.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- Уо_{01.01} распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- Уо_{01.02} анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- Уо_{01.03} определять этапы решения задачи;
- Уо_{01.04} выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- Уо_{01.05} составлять план действий;
- Уо_{01.06} определить необходимые ресурсы;
- Уо_{01.10} учитывать временные ограничения и сроки при решении профессиональных задач;
- Уо_{01.11} владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций, справочные материалы в библиотеке и сети интернет.

Задание:

1. Оцените и проанализируйте сильные и слабые стороны товара.
2. Составить блок-схему элементов исследования бизнес-среды.

Контрольные вопросы:

1. Из каких частей состоит исследование рынка (бизнес среда) предприятия?
2. На каких рынках работает организация?
3. Что из себя представляет анализ конкуренции?
4. С какими проблемами сталкивается предприятие при анализе бизнес среды?

Порядок выполнения работы:

1. Оцените и проанализируйте сильные и слабые стороны товара.

Постановка вопроса при изучении сильных и слабых сторон товара, работы, услуги	Характеристика товара, работы, услуги
Можете ли вы определить тот сегмент рынка, на который ориентирована ваша продукция?	
Изучены ли вами запросы ваших клиентов?	
Какие преимущества предоставляет ваша продукция (услуги) клиентам?	
Можете ли вы эффективно довести свою продукцию (услуги) до тех потребителей, на которых она ориентирована?	
Может ли ваша продукция (услуги) успешно конкурировать с продукцией (услугами) других производителей в отношении: - качества, надежности, эксплуатационных и других товарных характеристик?	

- цены? - стимулирования спроса? - места распространения?	
Понимаете ли вы, на какой стадии «жизненного цикла» находится ваша продукция (услуги)?	
Есть ли у вас идеи относительно новых видов продукции?	
Обладаете ли вы сбалансированным ассортиментом продукции (услуг) с точки зрения ее существенного разнообразия и степеней морального старения?	
Проводите ли вы регулярную модификацию вашей продукции в соответствии с запросами клиентов?	
Проводите ли вы политику создания новой продукции?	
Возможно ли копирование вашей продукции (услуг) конкурентами?	
Имеют ли ваши производственные идеи адекватную защиту торговой и фабричной маркой, патентами?	
Отслеживаете ли вы жалобы покупателей?	
Уменьшается ли количество жалоб и нареканий со стороны покупателей?	

2. Используя теоретический материал составить блок-схему элементов исследования бизнес-среды.

В бизнес-плане рыночные оценки оказывают определяющее воздействие на объем производств, маркетинговую стратегию и размеры требуемых инвестиций.

Процесс исследования рынка делится на три этапа.

1. Оценка потенциальной емкости рынка, т.е. общей стоимости продукции и услуг, которые покупатели определенного региона могут купить за некоторый промежуток времени (месяц, год).

Эта величина зависит главным образом от следующих факторов:

- демографических (пол, возраст, социальное положение и т.д.);
- географических (плотность населения в обслуживаемом регионе, сфера распространения услуг и т.д.);
- психологических (образ жизни, привычки, круг делового общения и т.д.);
- экономических (уровень дохода и сумм сбережений потенциальных покупателей, структура их расходов, темпов инфляции и т. д.).

Для существующих товаров и рынков эти оценки должны основываться на фактических данных, для новых рынков и новых товаров оценки будут носить прогнозный (вероятностный) характер.

После того как потенциал рынка изучен, нужно определить тот сегмент рынка, который будет главным для данного предприятия. Возможна сегментация рынка по группам на основе следующей классификации:

- заказчики - физические лица (возраст, пол, образование, уровень дохода, стиль жизни);
- заказчики-предприятия (сфера деятельности, местонахождение, инвестиционный климат в отрасли, потребители продукции, финансовая устойчивость заказчика, налоговые льготы и др.);
- заказчик-государство.

Для каждой группы нужно выделить то, что является для нее главным стимулом покупки данной продукции (услуг): цена, качество, сервис, время доставки, престижность фирмы и т.д.

После того как определено примерное количество будущих потребителей, можно сделать прогноз объема продаж. Сначала проводится оценка потенциального объема продаж,

т.е. той доли потенциального рынка, которую предприятие может захватить при имеющихся условиях, и, следовательно, того максимального количества товаров, на реализацию которого можно рассчитывать.

Однако нельзя рассчитывать на привлечение всех клиентов в первый же месяц работы. Поэтому необходим третий этап.

Оценка реального объема продаж. На этом этапе предстоит оценить, сколько продукции реально можно продать (выручить за оказанные услуги) в конкретных условиях, учитывая возможные затраты на рекламу, уровень цен и т.п., причем условия деятельности предприятия должны рассматриваться в динамике, а прогнозные значения должны вычисляться ежемесячно для первых двух лет и поквартально для нескольких следующих лет.

Подготовка такого прогноза возможна с помощью различных методов, от использования сложных экономических моделей, построенных математическими методами на основе обработки больших массивов статистической информации, что целесообразно для крупных предприятий и масштабных проектов, до простых прикидок, если речь идет о мелком бизнесе.

Так как при исследовании рынков в первую очередь следует определить тип рынка по каждому товару и услуге, то приведем следующую классификацию рынков:

- бесплодный - не имеющий перспектив для реализации;
- основной - где реализуется основная часть товаров и услуг;
- дополнительный - который поглощает небольшую часть товаров и услуг;
- растущий - имеющий реальные возможности для роста объемов реализации товаров;
- выборочный - который выбирается для определения возможностей реализации;
- прослоенный - на котором торговые операции нестабильны, При определенных условиях он может превратиться в активный рынок, но может стать и бесплодным рынком.

При анализе характера рынка различают такие типы рынков по разновидностям потребителей: военный, промышленный, потребительский.

Одним из полезных способов анализа развития рынков предприятия является «сетка развития товара и рынка», в соответствии с которой рассматриваются четыре ситуации распределения товаров (продукции, услуг) предприятия по рынкам, для которых рекомендуются следующие стратегии:

1. Деятельность предприятия со своими товарами на существующих рынках направлена на более глубокое проникновение на рынок за счет переориентирования рекламы, использования более эффективных способов стимулирования продаж, снижения цены и т. д.
2. Деятельность предприятия со своими товарами на новых рынках направлена на отыскание новых демографических рынков, рынков организаций, географических рынков путем эффективной рекламы существующих товаров.
3. Деятельность предприятия на существующих рынках с новыми товарами направлена на разработку новинок и модификацию уже имеющихся товаров и продвижение их на существующие рынки.
4. Предложение «новых видов кулинарной продукции и услуг на новых рынках (диверсификация)» осуществляется, например, путем проникновения предприятия в привлекательные сферы деятельности.

С анализом рынка тесно связан **анализ конкурентной среды**. Для полного анализа рыночной конъюнктуры необходимо собрать информацию о возможных конкурентах: ассортименте и качестве продукции и услуг, примерных ценах и условиях реализации.

Для оценки предприятий-конкурентов целесообразно составить таблицу, содержащую их основные характеристики; месторасположение; доля рынка; объем продаж; оценка предполагаемых потерь, которые может понести предприятие вследствие деятельности на рынке данного конкурента.

Чтобы систематизировать информацию по конкурентоспособности предприятия и его главных конкурентов, полезно представить результаты сравнения в виде таблицы, где товары, цена товаров, каналы сбыта, продвижение товара на рынок характеризуются определенным набором факторов. По каждому такому фактору конкурентоспособности предприятию и его конкурентам в результате экспертной оценки выставляется от 0 до 5 баллов. При этом допустимым считается отклонение (в сторону уменьшения) суммы баллов, набранной предприятием по всем факторам, от соответствующей величины у его конкурентов не более чем на 20%.

Далее, для оценки сильных и слабых сторон предприятия в конкурентной борьбе необходимо знать ответы на вопросы о том, какие планы существуют у конкурентов в отношении их доли рынка, повышения рентабельности и увеличения объема продаж; какой рыночной стратегии придерживаются конкуренты в настоящее время и с помощью каких средств обеспечивают они ее реализацию, каких действий можно ожидать в будущем от нынешних и возможных конкурентов. Кроме этого анализа предприятие должно провести тщательный анализ производственного и хозяйственного профиля основных конкурентов и их рыночной стратегии; Такой анализ должен помочь лучше понять логику ведения бизнеса конкурентами, определить необходимые контрмеры и оценить их эффективность.

Нужно стремиться к предельно точной оценке конкурентов и выявлять те проблемы в их стратегии или качественных характеристиках продукции и услуг, которые открывают для вашего предприятия реальную возможность добиться успеха. При этом можно выбрать для борьбы с деловыми соперниками курс либо на ценовую конкуренцию, либо на конкуренцию качества, либо на конкуренцию сервиса.

2. Оформить отчет о проделанной работе.
3. Ответить на контрольные вопросы (устно).

Ход работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Составьте блок-схему
3. Ответьте на контрольные вопросы (устно).

Форма представления результата: Выполненное задание и выводы, сделанные по результатам задания.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Тема 2.5. Маркетинговый план бизнес-плана

Практическое занятие №6.

Организация и проведение маркетинговых исследований

Цель работы: ознакомить со структурой маркетингового плана бизнес-плана; научить составлять маркетинговый план.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У₄. составлять бизнес-планы;
- У₅. оценивать финансовое состояние предпринимательства (делать экономические расчёты);
- У₆. оценивать риск проекта бизнес-планирования;
- У_{01.01} распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- У_{01.02} анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- У_{01.03} определять этапы решения задачи;
- У_{01.04} выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- У_{01.05} составлять план действий;
- У_{01.06} определить необходимые ресурсы;
- У_{01.10} учитывать временные ограничения и сроки при решении профессиональных задач;
- У_{01.11} владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- У_{03.07} определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- У_{07.02} определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства;
- У_{07.04} использовать энергосберегающие и ресурсосберегающие технологии в профессиональной деятельности по специальности;

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций

Задание:

1. Поведите маркетинговые исследования для своего проекта. По результатам маркетинговых исследований составьте презентацию.

Контрольные вопросы:

1. Что понимается под маркетинговым планом бизнес-плана? Каково его значение для деятельности предприятия?
2. Из каких разделов состоит маркетинговый план бизнес-плана?
3. Кто и как проводит маркетинговое исследование?

Порядок выполнения работы:

1. Составить таблицу «Этапы маркетингового исследования. Заполните таблицу 1.

Таблица 1.

Этапы маркетингового исследования

Этап исследования	Содержание этапа
1. Разработка концепции исследования	
1.1 Определение проблемы	<i>Например, существует достаточное количество клиентов парикмахерской, имеющих невысокий уровень удовлетворённости данными услугами</i>
1.2 Постановка цели исследования	<i>Например, определение предпочтений и уровня удовлетворённости услугами парикмахерской (салона) «_____»</i>
1.3 Задачи исследования	<i>Постановка задач может начинаться со следующих слов: определить, выяснить, сравнить, узнать, выявить... Количество задач должно быть равным количеству вопросов в анкете.</i>
2. Отбор источников информации	
2.1. Вторичная информация	<i>Перечисляются названия профессиональных журналов, каталогов, сайтов...</i>
2.2. Первичная информация	<i>Результаты опросов респондентов (указать, где и когда был проведён опрос, кто участвовал в опросе)</i>
3. Сбор и обработка информации	
4. Анализ информации, разработка выводов и рекомендаций	

2. Составьте анкету (проведите опрос)

Опрос - систематизированный сбор маркетинговой информации, которая извлекается из ответов на вопросы к респондентам. Это выяснение позиции людей и / или получения от них справки.

Традиционная схема анкеты включает три блока:

1) Введение (преамбула): цель опроса, сведения об опрашиваемых, гарантия анонимности опроса, вежливое обращение к респонденту, инструкция по заполнению анкеты, благодарность за время, потраченное респондентом.

2) Основная часть: перечень вопросов, характеризующих предмет опроса; (раскрывают цель исследования):

- потребность в данной услуге в течение года;
- реакция на появление новых услуг;
- удовлетворённость качеством обслуживания в салоне;
- причины обращения за услугой именно в ваш салон (близко к месту жительства, к месту работы, высокое качество, престиж салона, уровень цен и др.)

3) Сведения о респонденте – необходимы для сегментирования рынка. Ответы этой части позволяют идентифицировать пол, возраст, финансовые возможности оплачивать услугу в салоне и т.д.

3. После анкетирования необходимо провести обработку данных. Данные представить в виде диаграмм с обязательным описанием.

Количество диаграмм должно соответствовать количеству вопросов в анкете.

4. Составьте презентацию.

Ход работы:

1. Прочитать материал конспекта лекций;
2. Ответить на вопросы из конспекта.
3. Заполните таблицу 1
4. Составьте анкету.
5. Представьте результаты маркетинговых исследований в виде диаграмм.

6. Оформите результаты работы в презентации

Форма представления результата: Выполненная работа в виде презентации.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Тема 2.6 Производственный план бизнес-плана

Практическое занятие №7.

Расчет производственных показателей бизнес-плана

Цель работы: ознакомить с производственной частью бизнес-плана; научить составлять план производства в рамках бизнес-плана.

Выполнив работу, Вы будете:
уметь:

У₃. рассчитывать по принятой методике основные технико-экономические показатели деятельности организации;

У₄. составлять бизнес-планы;

У_{04.01} организовывать работу коллектива и команды;

У_{04.04} использовать навыки управления проектами в распределении ресурсов и формировании графика выполнения задач;

У_{09.04} кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);

У_{09.05} писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций

Задание:

1. Заполните таблицу 1. «Затраты на маркетинг»

2. Заполните план производства и продаж в натуральных измерителях и укажите факторы, влияющие на падение и рост объема производства и продаж конкретного вида продукции, работ или услуг.

2. Составить перечень оборудования для ведения бизнеса.

2. Определить необходимое сырье и материалы для ведения бизнеса

Контрольные вопросы:

1. Что понимается под производственной программой предприятия?

2. Из каких разделов состоит план производства?

Порядок выполнения работы:

1. Заполните таблицу 1. «Затраты на маркетинг»

Таблица 1

Затраты на маркетинг

Вид затрат на маркетинг	Месяц ведения бизнеса							
Реклама	1	2	3	4	5	6	7	8
Рекламный щит								
Объявление в газете								
Реклама на транспорте								
Реклама в Интернете								
Листовки								
Буклеты								
Телереклама								
Радиореклама								

Маркетинговые исследования								
.....								
Итого								

2. Заполните план производства и продаж (таблица 2, 3) в натуральных измерителях и укажите факторы, влияющие на падение и рост объема производства и продаж конкретного вида продукции, работ или услуг.

Таблица 2

План производства (натуральные измерители)

Вид продукции	Месяц						
	1	2	3	4	5	6	7
Продукция 1							
Продукция 2							
Продукция 3							
...							

Таблица 3

План продаж (натуральные измерители)

Вид продукции	Месяц						
	1	2	3	4	5	6	7
Продукция 1							
Продукция 2							
Продукция 3							
...							

3. Составить перечень оборудования для ведения бизнеса. Заполните таблицу 4.

Таблица 4.

Перечень оборудования

Наименование оборудования	Количество оборудования (шт.)	Стоимость единицы оборудования (тыс. руб.)	Общая стоимость оборудования (тыс. руб.)	Поставщики оборудования и условия поставки

4. Определить необходимое сырье для ведения бизнеса. Заполните таблицу 5.

Таблица 5.

Перечень сырья

Наименование сырья	Единицы измерения	Стоимость единицы (руб.)	Общая стоимость сырья (руб.)	Поставщики сырья и условия поставки

5. Ответить на контрольные вопросы (устно).

Ход работы:

1. Ознакомиться с теоретическим материалом
2. Заполните таблицы №1,2,3,4,5
3. Ответьте на контрольные вопросы.

Форма представления результата: Заполненные таблицы

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Тема 2.7. Организационный раздел бизнес-плана

Практическое занятие №8.

Оформление организационного раздела бизнес-плана

Цель работы: ознакомить с особенностями организации, ее организационной структурой; научиться составлять организационную структуру нового или реформируемого предприятия.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

У₃. рассчитывать по принятой методике основные технико-экономические показатели деятельности организации;

У₄. составлять бизнес-планы;

У_{04.01} организовывать работу коллектива и команды;

У_{04.04} использовать навыки управления проектами в распределении ресурсов и формировании графика выполнения задач;

У_{09.04} кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);

У_{09.05} писать простые связные сообщения на знакомые или интересные профессиональные темы.

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций

Задание:

1. Определить количество и состав производственного персонала.
2. Выберите тип организационной структуры будущего предприятия и нарисуйте выбранную организационную структуру.

Контрольные вопросы:

1. Какие типы организационных структур вам известны?
2. Чем отличаются организационные структуры?

Порядок выполнения работы:

1. Определить количество и состав производственного персонала. Заполните таблицу 1.

Таблица 1.

Количество и состав производственного персонала

Должности	Количество человек	Требования к сотруднику	Функционал	Требования предъявляемые к персоналу	Источники найма

2. Заполните штатное расписание по приведенной ниже форме и рассчитайте страховые взносы от фонда заработной платы. Заполните таблицу 2.

Таблица 2

Штатное расписание

Должность	Количество штатных единиц	Должностной оклад	Премия	Районный коэффициент	Итого ФЗП	Сумма страховых взносов от ФЗП

3. Используя теоретический материал, выберите тип организационной структуры будущего предприятия.

В этом разделе содержится информация, характеризующая организационную структуру предприятия, а также сведения о персонале, работающем на нем. В организационной схеме необходимо четко определить: кто и чем будет заниматься, как все службы предприятия будут взаимодействовать между собой и как намечается координировать и контролировать их деятельность. Следует указать, какой является иерархия предприятия, как распределяется ответственность, как будут приниматься решения и т.д.

Предприятие, имеющее формализованную структуру управления, располагает большими шансами в достижении своих целей, причем за более короткий срок и с гораздо меньшими затратами. Если предприятие относится к малым и средним, представляется разумной разработка не очень масштабной организационной схемы. Достаточно определить руководителей и подразделения, очертив круг основной ответственности основного управленческого персонала. Если какие-либо обязанности невозможно полностью реализовать силами своего управленческого коллектива, следует выделить эту часть схемы и нанять по контракту консультантов и профессионалов, специализирующихся в данных областях.

Весьма важной является разработка системы подбора, расстановки и использования кадров. При этом отправной точкой должны быть квалификационные требования, т.е. нужно указать, какие именно специалисты (какого профиля, с каким образованием, каким опытом, с какой заработной платой) понадобятся для успешного ведения дел. Кроме технического опыта в производстве и организации поставок продукции и комплекса услуг управленческий коллектив должен обладать способностью к постановке широкого и в то же время гибкого набора целей; отвечающих меняющимся требованиям динамичного рынка, умением реагировать на ситуации, требующие новых, творческих подходов.

Если часть персонала уже нанята, нужно дать о своих сотрудниках краткие биографические справки, делая упор на имеющуюся квалификацию, прежний опыт работы. В бизнес-плане должна быть четко отражена сила группы управления. Следует иметь в виду, что часто деньги даются не столько под проект, сколько под команду.

Для персонала, не связанного с управлением, нужно указать: потребность в кадрах по профессиям; квалификационные требования; форму привлечения к труду (постоянная работа, совместительство и т. д.); заработную плату по профессиям, дополнительные материальные льготы для сотрудников; режим труда на предприятии и др. Часть этих сведений можно вынести в приложение к бизнес-плану.

Кадровая политика предприятия должна включать: принципы отбора сотрудников; принципы найма (контрактная система; «пожизненный найм», испытательный срок и т.д.); создание системы планирования профессиональной подготовки, повышения квалификации и переподготовки кадров; систему стимулирования труда работников.

5. Нарисуйте выбранную организационную структуру.

6. Ответить на контрольные вопросы (устно).

Ход работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Заполните таблицы №1,2.

3. Нарисуйте организационную структуру
3. Ответьте на контрольные вопросы.

Форма представления результата: Выполненное задание и выводы, сделанные по результатам задания.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Тема 2.8 Финансовый раздел бизнес-плана
Практическое занятие № 9.
Расчет финансовых показателей бизнес-плана

Цель работы: ознакомить с финансовым разделом бизнес-плана; научить составлять бюджет предприятия;

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

У₁. проводить сбор информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов;

У₃. рассчитывать по принятой методике основные технико-экономические показатели деятельности организации;

У₄. составлять бизнес-планы;

У₅. оценивать финансовое состояние предпринимательства (делать экономические расчёты);

У₆. оценивать риск проекта бизнес-планирования;

У_{02.01} определять задачи для поиска информации;

У_{02.02} определять необходимые источники информации;

У_{02.03} планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;

У_{02.05} оценивать практическую значимость результатов поиска;

У_{02.06} оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;

У_{02.07} использовать современное программное обеспечение;

У_{03.01} определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;

У_{03.04} выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;

У_{03.06} рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;

У_{03.07} определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;

У_{03.09} определять источники финансирования;

У_{03.10} применять исследовательские приемы и навыки, чтобы быть в курсе последних отраслевых решений;

У_{07.02} определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства;

У_{07.04} использовать энергосберегающие и ресурсосберегающие технологии в профессиональной деятельности по специальности;

У_{09.04} кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций

Задание:

1. Составьте план доходов и расходов и отчет о движении денежных средств.

Контрольные вопросы:

1. Какие показатели рассчитываются в финансовом плане бизнес-плана?

2. Какие источники финансов используются для финансирования деятельности предприятия?

3. Какие факторы влияют на выбор источников финансирования проекта?

Порядок выполнения работы:

Данный раздел бизнес-плана позволяет определить потребность в средствах для ведения бизнеса. Финансовый план обычно представлен следующими документами:

1. Отчет о прибылях и убытках
2. План движения денежных средств
3. Балансовый отчет
4. График погашения кредитов
5. График уплаты налоговых и иных аналогичных платежей

Задание. 1

Заполните Отчет о прибылях и убытках исходя из данных предыдущих заданий по нижеприведенной форме

Показатель	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
1. Валовой объем продаж				
2. Себестоимость:				
Сырье и материалы				
Топливо и энергия на технологические цели				
Комплекующие изделия, полуфабрикаты, стоимость работ услуг приобретенных со стороны для производства				
Заработная плата персонала				
Дополнительная заработная плата персонала				
Страховые взносы				
Прочие расходы:				
- на рекламу				
- на оплату коммунальных услуг				
- услуги связи				
.....				
Итого себестоимость				
3. Валовая прибыль				
4. Налоги				
5. Финансовый результат				

Задание 2.

Рассчитать общую и расчетную рентабельность предприятия за отчетный год по себестоимости и среднегодовой стоимости основных фондов и оборотных средств по следующим данным:

Показатели	Значение
1. Реализовано продукции, тыс. ден. ед.	1120,0
2. Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. ден. ед.	892,0
3. Прибыль от прочей реализации и услуг непромышленного характера, тыс. ден. ед.	
4. Прибыль от внереализационных операций, тыс. ден. ед.:	
а) уплачено штрафов и пени	19,6

б) взыскано штрафов с других предприятий	26,8
5. Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. ден. ед.	2906,0
6. Среднегодовая стоимость нормируемых оборотных средств, тыс. ден. ед.	305,0
7. Налог на прибыль, %	25
8. Плата за банковский кредит, тыс. ден. ед.	

Уровень рентабельности в целом

$$\text{Уровень рентабельности в целом} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Стоимость работ}} \cdot 100\%$$

Уровень рентабельности по затратам:

$$\text{Уровень рентабельности по затратам} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Полная себестоимость}} \cdot 100\%$$

4. Ответить на контрольные вопросы (устно).

Ход работы:

1. Используя изученный теоретический материал, выполните задания.
2. Решите предложенные задачи.
3. Сделайте выводы по задачам.
4. Ответьте на контрольные вопросы.

Форма представления результата: решенные задачи.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Тема 2.9 Оценка и страхование риска бизнес-плана
Практическое занятие №10.
Оценка рисков бизнес-плана

Цель работы: ознакомить с рисками в деятельности предприятия; научить составлять план по снижению рисков деятельности.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

У₁. проводить сбор информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов;

У₃. рассчитывать по принятой методике основные технико-экономические показатели деятельности организации;

У₄. составлять бизнес-планы;

У₅. оценивать финансовое состояние предпринимательства (делать экономические расчёты);

У₆. оценивать риск проекта бизнес-планирования;

У_{07.02} определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства;

У_{07.04} использовать энергосберегающие и ресурсосберегающие технологии в профессиональной деятельности по специальности;

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций

Задание:

1. Опишите виды рисков предприятия.
2. Выберите основные риски, с которыми столкнётся ваше предприятие.
3. Наметьте пути уменьшения рисков вашего проекта

Контрольные вопросы:

1. Что понимается под риском проекта?
2. С какими рисками сталкивается предприятие в своей деятельности?
3. Как уменьшить риски в деятельности предприятия?

Порядок выполнения работы:

Используя теоретический материал заполните таблицу 1

Риск составляет объективно неизбежный элемент принятия любого хозяйственного решения в силу того, что неопределенность — неизбежная характеристика условий хозяйствования.

По сфере возникновения предпринимательские риски можно разделить на 2 группы: внешние и внутренние. Источником возникновения внешних по отношению к предприятию рисков является внешняя среда (рыночное равновесие, спрос, предложение, факторы налогообложения, уровень инфляции и т. д.).

Источником внутренних рисков является само предпринимательское предприятие (неэффективный менеджмент, ошибочная маркетинговая политика и т. д.).

Достаточно полное описание возможных рисков дает следующая классификация:

- политические риски, возникающие вследствие будущих изменений в законодательной и правительственной политике;

- производственные риски, связанные с проблемами неиспользования хозяйственных договоров, неадекватного использования сырья, роста себестоимости, с увеличением потерь рабочего времени, использованием нововведений и т. д.;
- коммерческие риски, возникающие в процессе реализации товаров и услуг, произведенных или купленных предприятием;
- финансовые риски, возникающие при осуществлении финансового предпринимательства или финансовых сделок, когда в роли товара выступают либо валюта, либо ценные бумаги, либо денежные средства;
- отраслевые риски, связанные с изменениями в экономическом состоянии отрасли и степенью этих изменений как внутри отрасли, так и по сравнению с другими отраслями;
- инновационные риски, возникающие при вложении предпринимательским предприятием средств в производство новых товаров и услуг, которые, возможно, не найдут ожидаемого спроса на рынке.

Определение возможности возникновения каждого конкретного риска из установленного их перечня и оценку связанного с ними ущерба можно производить различными методами, основными из которых являются:

- статистический метод оценок;
- метод экспертных оценок;
- использование аналогов.

Прогнозирование предпринимательского риска и связанных с ним потерь, основанное на использовании многомерных статистических моделей, может дать достаточно точные результаты, но требует большого количества исходной информации. Поэтому такой подход нельзя применять для исследования недавно зарегистрированных компаний или фирм, о которых нет достоверной информации.

Экспертный метод реализуется путем обработки мнений опытных предпринимателей и специалистов, в результате чего должны быть получены данные о вероятности допустимого критического риска и наиболее вероятных потерях в указанном направлении деятельности предприятия.

Метод аналогий основывается на использовании базы данных о риске аналогичных проектов или сделок.

Глубина анализа рискованности дела зависит от конкретной сферы деятельности предприятия и его размера. Для крупных предприятий и масштабных проектов необходим тщательный просчет рисков с использованием методов теории вероятностей и математической статистики. Для более простых проектов достаточен анализ риска с помощью экспертных оценок.

После анализа возможных рисков и выявления среди них наиболее существенных необходимо определить для каждого из рисков действия по его профилактике и нейтрализации. Такие действия ведутся, как правило, в двух направлениях:

- избежание возможных рисков;
- снижение воздействия риска на результаты производственно-финансовой деятельности.

Первое направление позволяет полностью избежать потерь и неопределенностей, но, с другой стороны, не позволяет получить тот объем прибыли, который связан именно с данным риском. При этом нужно иметь в виду, что избежание некоторых рисков может быть просто невозможно и, кроме того, избежание одного вида риска может привести к возникновению других.

К формам компенсации негативных последствий внешних по отношению к предпринимательскому предприятию рисков, на которые его руководство не может оказать непосредственное влияние, следует отнести:

- диверсификацию, т. е. распределение усилий и капиталовложений между разнообразными видами деятельности, непосредственно не связанными друг с другом;
- трансфер (передачу) риска через заключение контракта.

Что касается влияния на деятельность предприятия внутренних рисков, то наиболее эффективной возможностью избежать негативных последствий или снизить их уровень являются следующие меры прямого управленческого воздействия:

- проверка предполагаемых партнеров по бизнесу;
- грамотное составление контракта сделки;
- планирование и прогнозирование деятельности предприятия;
- тщательный подбор персонала предприятия;
- организация защиты коммерческой тайны;
- обладание полной, достоверной и своевременно поступающей информацией как о внутреннем положении предприятия, так и о его внешнем окружении.

Очень большую роль в современном бизнесе играет такой метод минимизации риска, как страхование. Ресурсы для покрытия потерь предпринимательские предприятия получают от страховых организаций быстрее, чем из любого другого внешнего источника. Следует, однако, подчеркнуть, что, если вероятность поступления рискового события очень велика, страховые фирмы либо не берутся страховать данный вид риска, либо вводят непомерно высокие платы.

С помощью страхования можно минимизировать практически все имущественные, а также многие политические, кредитные, коммерческие и производственные риски. Руководство предприятия должно иметь в виду, что лучший вид страхования — это комплексная система защиты организации, включающая отдельные контракты по защите имущества, страхованию грузопотоков, страхованию персонала, страхованию ответственности (за загрязнение окружающей среды и т. д.).

При выборе стратегии страхования предприятие должно в первую очередь выяснить, какие риски доступны для страхования. Затем с представителем страховой компании обсудить ставки страховых взносов и исходя из имеющихся средств, специализации и других факторов определить, какие риски страховать, а какие нет. Если у предприятия недостаточно средств для комплексной страховой защиты, следует выделить риски, связанные с наибольшими потерями для него и застраховать их.

Разрабатывая программу в отношении страховых рисков, предприятие должно хорошо ориентироваться на страховом рынке, выбирая наиболее подходящие для конкретной сделки условия страхования, которые оговариваются в договоре страхования.

Таблица 1.

Риски проекта

Вид риска	Уровень риска	Метод управления риска	Метод финансирования

4. Ответить на контрольные вопросы (устно).

Ход работы:

1. Используя изученный теоретический материал, выполните задания.
2. Заполните таблицу.
3. Ответьте на контрольные вопросы.

Форма представления результата: заполненные таблицы.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Тема 2.11 Оформление бизнес-плана, презентация бизнес-плана

Практическое занятие №11 Презентация бизнес-плана

Цель работы: составить презентацию для представления бизнес-плана.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

УО_{03.04} выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;

УО_{03.05} презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план;

УО_{03.08} презентовать бизнес-идею;

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций, раздаточный материал

Задание:

1. Составить слайды для демонстрации бизнес-плана предприятия.
2. Написать речь на презентацию.
3. Оформить отчет о проделанной работе.

Порядок выполнения работы:

Для поддержки бизнес-проекта заинтересованными лицами важно компетентно составить его презентацию. Привлечение инвесторов является гарантией дальнейшего развития предпринимательской идеи в оперативном режиме. Для реализации мероприятия важно обосновать свою концепцию и суметь убедить слушателей в прибыльности своего замысла.

Презентации оформляются при помощи специального программного обеспечения. **Обычно используется программа для ее подготовки и просмотра Power Point.** Она является составляющим элементом пакета Microsoft Office и доступна для всех версий операционных систем Microsoft Windows и Mac OS. Возможно оформление материала при помощи других платных и бесплатных графических софтов, отличающихся применяемым функционалом.

Он оформляется в виде шаблона со специальными возможностями. Эффектно отображение слайдов, в которых описывается проект с учетом отдельных его областей, целей и конечных результатов. Положительное впечатление может произвести упоминание о показателях производительности, факторах успеха, а также сведений об управлении рисками при обеспечении всего цикла производственного процесса.

Проект должен быть информативен и запоминаем. Такой эффект достигается за счет грамотного сочетания текстовой части и визуального оформления. Дизайн не должен отвлекать инвесторов от основного содержания документа.

Презентация бизнес-проекта является идеальным сочетанием различных элементов, имеющих текстовый, графический и художественный характер. Параметры в целом должны формировать единую информационную систему. Слайдовая подача информации должна отличаться содержательностью, а также логичностью и краткостью. Демонстрируя наглядный материал, следует соблюдать умеренность. Уже просмотренные картинки нужно убирать с экрана.

Цель.

Целью презентационной деятельности является убеждение аудитории в успешной реализации задуманной идеи и в привлечении в проект лиц, готовых в него инвестировать ценности для обеспечения его развития и получения прибыли. За небольшой временной промежуток владельцу бизнеса необходимо:

- заявить о своей компании и представить ее с выгодной точки зрения;
- убедить аудиторию об успешности и перспективности своего проекта;
- завязать диалог с инвесторами;
- создать перспективы долгосрочного сотрудничества.

Меньшее время будет идентифицировано как несерьезное отношение к своему делу и непродуманность отдельных его элементов. Большее время будет утомлять потенциальных инвесторов, в результате чего они могут утратить смысл своего нахождения на мероприятии.

Проанализировав любой пример презентации бизнес-плана, можно сделать выводы о применении стандартной структуры презентации, состоящей из отдельных элементов:

- описание компании, а также ее продукции или услуг;
- рынок клиентов и конкурентов;
- применяемая политика в сфере маркетинга;
- актуальные финансовые задачи, поставленные перед руководителем ячейки бизнеса в соответствии с параметрами очередности;
- информация о команде представителей бизнеса, которая будет заниматься реализацией предпринимательских идей;
- необходимость материальных вложений, их величина и цели применения;
- условия использования инвестиций и порядок их возврата.

Не стоит делать длительных вступлений, которые наверняка расслабят аудиторию и отвлекут ее внимание от основной задачи. Начав презентацию, следует сразу представлять свой проект. Нужно акцентировать вопросы и ответы на них:

- сфера занятий субъекта предпринимательства;
- характеристика результатов труда с учетом параметров популярности и востребованности;
- причина поиска инвестора;
- выгода, которую можно получить в результате сотрудничества.

Чтобы заинтересовать аудиторию, следует кратко рассказать о собственных достижениях, которые могли бы заинтересовать слушателей. Для понимания мировоззрения зрителей и их предпочтений, рекомендуется воспользоваться таким психологическим приемом, как рассказ небольшой истории-теста, который поможет оратору оценить реакцию слушателей с целью корректировки дальнейшего изложения презентации.

Предоставляя информацию, оратор должен быть подготовленным, уверенным в своих действиях, но при этом осторожен. Излишняя самоуверенность может стать причиной неуспешной презентации. Представитель новой бизнес ячейки должен отобразить страстное желание реализовать свою предпринимательскую идею. Важно показать понимание методов, при помощи которых будет достигнута цель.

Готовый продукт должен отличаться простотой. Сложность изложения является признаком тревоги у инвесторов. Оратору следует сфокусироваться на сути проекта, исключив из нее многоуровневые понятия. Стоит отметить, что такие решения могут навредить проекту и при самостоятельном решении поставленных задач.

На все вопросы потенциальных инвесторов, предприниматель должен дать компетентные ответы. При их возникновении, рекомендуется прервать свое выступление, внимательно выслушать вопрос и убедиться в правильном его понимании. Ответ должен отличаться ясностью и честностью. В нем должна содержаться сущность, о которой хочет получить информацию инвестор. В ситуациях, когда возникают сложности с ответом на поставленный вопрос, допускается ответ в стиле «вернемся к этому вопросу позже» или «в настоящее время я не готов ответить на этот вопрос».

Причины неудачных презентаций бизнеса могут быть связаны с некомпетентным оформлением или представлением мероприятия, а также с его организацией. Опоздание и несвоевременное начало операции наверняка негативно настроит инвесторов на презентуемый проект, поскольку считается, что у успешного человека все запланировано и предусмотрено.

Будьте очень внимательны! При проведении мероприятия не стоит допускать следующие ошибки:

- превышение регламентируемого времени презентации;
- монотонного выступления по шаблону без использования жестов и выражения эмоций;
- излишнюю эмоциональность, отпугивающую слушателей;
- неграмотную речь;
- суетливость;
- неуверенность оратора;
- перенасыщение презентации текстовым или наглядным материалом;
- скудность иллюстрированных элементов;
- пренебрежение деловым стилем общения;
- предоставления информации только со своей точки зрения;
- отсутствие информированности о маркетинговых и аналитических способностях исполнителей;
- закрытость информации по проекту.

Ход работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Решение ситуаций по пройденному материалу.

Форма представления результата: презентация.

Критерии оценки

Оценка «отлично» ставится:

–ответ изложен в соответствии с требованиями культуры речи и с использованием соответствующей системы понятий и терминов (могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа).

Оценка «хорошо» ставится:

–Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» ставится:

–Логика и последовательность изложения имеют нарушения; допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов, которые студент способен исправить после наводящих вопросов (допускается не более двух ошибок, не исправленных студентом).

–Студент не способен самостоятельно выделить существенные и важные элементы темы.

Оценка «неудовлетворительно» ставится:

–Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу, присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения.