

Энгельсский технологический институт (филиал) федерального государственного  
бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования  
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

Кафедра «Экономика и гуманитарные науки»

**Методические указания  
по организации самостоятельной работы студентов**

по дисциплине

М 1.1.4 Бизнес-планирование в профессиональной деятельности

направления подготовки 18.04.01 «Химическая технология»

профиль: «Химическая технология композиционных материалов и покрытий»

Самостоятельная работа обучающихся – одна из важных форм организации учебного процесса. Она играет особую роль в профессиональной подготовке специалистов, являясь формой, с одной стороны, организации самостоятельной работы обучающихся, с другой – развития их познавательной активности.

Самостоятельная работа студента - это способ активного, целенаправленного приобретения студентом профессиональных и общих компетенций, практического опыта, знаний, умений в процессе групповой и индивидуальной учебной деятельности, осуществляемой под руководством преподавателя. Самостоятельная работа студентов – особая форма организации учебного процесса, представляющая собой планируемую познавательную, организационно и методически направляемую деятельность студентов, ориентированную на достижение конкретного результата, осуществляемую без непосредственного участия преподавателя.)

Цель самостоятельной работы - научить студента осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию.

Самостоятельная работа студентов может быть направлена на:

- систематизацию и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний и практических умений;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений;
- выработку навыков эффективной самостоятельной профессиональной (практической и научно-теоретической) деятельности.

Изучение дисциплины «Бизнес-планирование в профессиональной деятельности» направлено на формирование следующих компетенций:

УК-3 - способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели..

Студент должен:

**Знать:**

- сущность и виды планирования работы команды для достижения поставленных целей;
- этапы разработки, структуру и содержание разделов бизнес-плана;
- источники необходимой информации для разработки бизнес-плана;

- требования к презентации результатов бизнес-плана, разработанного командной.

**Уметь:**

- формулировать цели организации командной работы;
- организовывать деятельность команды для создания, презентации и реализации бизнес-плана;
- находить оптимальный выход из конфликтных ситуаций в процессе работы команды;
- оценивать эффективность разработанного командой бизнес-плана;

**Владеть:**

- способностями к конструктивному взаимодействию в команде, обмену знаниями и опыту;
- навыками сбора и обработки необходимой информации и разработки разделов бизнес-плана;
- навыками презентации его результатов.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции (составляющей компетенции)
УК-3. Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	ИД-1 <sub>УК-3</sub> Формирует эффективную команду для работы над проектом; формулирует командную стратегию и организовывает ее выполнение; распределяет работы среди членов коллектива; несет ответственность за результаты командной работы.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ИД-1 <sub>УК-3</sub> Формирует эффективную команду для работы над проектом; формулирует командную стратегию и организовывает ее выполнение; распределяет работы среди членов коллектива; несет ответственность за результаты командной работы.	Знать: сущность и виды планирования работы команды для достижения поставленных целей, этапы разработки, структуру и содержание разделов бизнес-плана, источники необходимой информации для разработки бизнес-плана; требования к презентации результатов бизнес-плана, разработанного командной. Уметь: формулировать цели организации командной работы; организовывать деятельность команды для создания, презентации и реализации бизнес-плана; находить оптимальный выход из конфликтных ситуаций

	<p>в процессе работы команды; оценивать эффективность разработанного командой бизнес-плана.</p> <p>Владеть: способностями к конструктивному взаимодействию в команде, обмену знаниями и опытом; навыками сбора и обработки необходимой информации и разработки разделов бизнес-плана, навыками презентации его результатов.</p>
--	---

### Задания для самостоятельной работы студентов

№ Темы	Всего Часов	Задания, вопросы, для самостоятельного изучения (задания)	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4
1.	8	<p><u>Бизнес-планирование, его сущность цели, задачи, функции</u></p> <p>Проработка лекционного материала Подготовка к практическому занятию Конспект по теме: «Планирование как наука, вид деятельности и искусство».</p>	1 -7
2	8	<p><u>Методическое и информационное обеспечение планирования</u></p> <p>Проработка лекционного материала Подготовка к практическому занятию</p>	1 -7
3	8	<p><u>Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи. Общие требования и рекомендации по разработке бизнес-плана.</u></p> <p>Проработка лекционного материала Подготовка к практическому занятию Составление типовой структуры бизнес-плана с последующим обсуждением в группе.</p>	1 -7
4	8	<p><u>Технология бизнес-планирования</u></p> <p>Оценка сильных и слабых сторон конкурентов и собственного предприятия. Разработка миссии и стратегии бизнеса для конкретного предприятия.</p>	1 -7
5.	8	<p><u>Организация процесса реализации бизнес-плана</u></p> <p>Подготовка бизнес-плана: титульный лист, аннотация, оглавление, презентация. Защита проекта.</p>	1 -7

### Методические указания

#### Тема 1. Бизнес-планирование, его сущность цели, задачи, функции

**Цель:** усвоить особенности бизнес-планирования и его роль в предпринимательской деятельности.

**Задание 1.** Проработка лекционного материала  
**Советы по конспектированию лекций**

Практика свидетельствует, что многие студенты способны научиться скоростному конспектированию лекций, используя специальные способы и приемы записи учебной информации. В основе формирования индивидуальной техники быстрого конспектирования лежат определенные принципы:

1. Конспект – это не точная запись текста лекции, а запись смысла, сути учебной информации.

2. Конспект – это записка конкретно самому себе, а не произвольному читателю, поэтому записи в нем могут быть понятны только автору.

3. Конспект пишется для последующего чтения, и это значит, что формы записи следует делать такими, чтобы их можно было легко и быстро прочитать спустя некоторое время.

4. Конспект должен облегчить понимание и запоминание учебной информации.

Особенности конспектирования:

- пишите разборчиво и аккуратно, соблюдая логику изложения;
- сначала прослушайте, уловите мысль и, только потом, запишите ее;
- не старайтесь писать все дословно: записывать все высказывания просто не имеет смысла: важно уловить главную мысль и основные факты. Записывая основное, формулируйте мысли кратко и своими словами, подкрепляйте примерами или фактами, которые приводит лектор (иногда для этого достаточно несколько ключевых слов);

- полностью и точно заносите в тетрадь определения основных понятий, схемы, таблицы, чертежи. Выполняйте все рисунки точно и аккуратно;

- делайте соответствующие смысловые выделения значимых мыслей. Определите для себя соответствующие обозначения. Например: «!» - важно; «?» - проверить, уточнить и др.;

- оставляйте широкие поля в тетради, которые можно использовать для уточняющих записей, комментариев, дополнений и др.;

- выделяйте разделы, подразделы темы и под темы.

- применяйте общепринятые и собственные сокращения (лишь бы самому легко было потом разобраться с этими сокращениями);

- возьмите за правило работать над конспектами лекции следующим образом:

- повторить изученный материал по конспекту;

- непонятные предложения вынести на поля и уточнить их значение;

- неоконченные фразы, недописанные слова и предложения устранить, пользуясь данными учебника или других рекомендованных источников;

- завершить техническое оформление лекции: подчеркните главные мысли, отметьте разделы и подразделы, выделите вопросы и подвопросы.

Старайтесь поменьше использовать на лекциях диктофоны, поскольку потом трудно будет «декодировать» неразборчивый голос преподавателя, все равно потом придется переписывать лекцию. Диктофоны часто отвлекают преподавателя тем, что студент ничего не делает на лекции, а преподаватель

чувствует себя неуютно и вместо того, чтобы свободно размышлять над проблемой, читает лекцию хуже, чем он мог бы это сделать.

Для пропущенной лекции оставьте несколько страниц в тетради и восстановите ее содержание во время самостоятельной работы. В противном случае вы нарушите целостность изучаемого цикла.

### **Задание 2.** Подготовка к практическому занятию

Подготовить ответы на следующие вопросы:

1. Дайте определения понятиям «планирование», «план», «прогнозирование», «прогноз», «система планирования». какова их сущность? в чем заключаются основные различия между понятиями «план» и «прогноз»?

2. В какой стране зародилась технология бизнес-планирования и с чем это было связано?

3. Охарактеризуйте подходы к бизнес-планированию в России и за рубежом

4. Раскройте сущность бизнес-плана. какие цели и задачи он позволяет решать?

5. Как взаимосвязаны стратегия развития предприятия и бизнес-план?

6. Кто может являться читателем бизнес-плана? Охарактеризуйте основные группы читателей.

7. В каких ситуациях может понадобиться бизнес-план?

8. Назовите и охарактеризуйте основные барьеры, препятствующие широкому распространению технологии бизнес-планирования в малом бизнесе.

9. Перечислите и охарактеризуйте основные трудности, с которыми сталкиваются российские предприниматели в ходе разработки бизнес-плана.

**Задание 3.** Конспект по теме: «Планирование как наука, вид деятельности и искусство».

### **Методические указания к выполнению заданий**

Существует множество определений планирования. В общем смысле под ним понимается процесс постановки целей и определение того, что должно быть сделано для их достижения. Сущность процесса планирования детально раскрывается в следующем определении: «Планирование представляет собой ориентированный на будущее, осуществляемый на основе систематической подготовки регулярно повторяющийся процесс переработки информации и принятия решений, который проводится как на уровне системы (предприятия) в целом, так и ее отдельных элементов (структурных подразделений, функциональных подсистем, отдельных работников). Результатом планирования является план или система планов»

Планирование по своей сути является процессом. Как и в случае всякого любого процесса, данные и информация, поступающие на входе, перерабатываются с помощью определенных методов и инструментария в

информацию, получаемую на выходе, то есть в альтернативные варианты плана. Здесь также стоит отметить, что на процесс планирования оказывает существенное влияние человеческий фактор, так как само планирование осуществляется людьми. В ходе переработки информации, коммуникации и принятия решений задействуются разные виды мышления, реализуются определенные типы поведения, которые оказывают влияние на процесс планирования. Тем самым в процесс планирования вносятся личные представления о ценностях, целях и интересах.

Существует значительное различие между планированием и прогнозированием и, соответственно, между планом и прогнозом. Оно состоит в том, что прогнозирование является пассивным предсказанием (например, прогнозом инфляции, курса валюты и пр.), а планирование — это формулирование намерений, которое предполагает сознательное проявление волевых усилий и включает в себя принятие решений. Планирование устанавливает то, что должно быть сделано. В планировании важен не только результат (план). Сам процесс планирования не менее важен, поскольку он помогает ответить на следующие важные вопросы: где организация находится в настоящее время (экономическая позиция предприятия), каковы итоги и условия ее деятельности и как и при помощи каких ресурсов могут быть достигнуты цели организации

Планирование — это не только умение предусмотреть все необходимые действия, но и способность предвидеть любые неожиданности в виде рисков, которые могут возникать в процессе выполнения плана. А поскольку предприятие не может полностью устранить все возможные риски, то так же важно уметь спланировать мероприятия по реагированию на них. Планирование не должно выполняться формально, потому что это так принято. Главная цель планирования состоит в том, чтобы быть действенным инструментом для достижения целей предприятия. Из этой главной цели вытекают частные цели (задачи, подцели) планирования, которые должны обеспечивать соблюдение следующих условий: согласованность достижения целей и действий работников, отделов разных уровней управления; своевременное (раннее) выявление и предупреждение проблем; координация частных планов и их взаимосвязь со стратегией; подготовка принятия решений; определение основных показателей и точек контроля; информирование сотрудников о целях, альтернативах, сроках и ограничениях; мотивация сотрудников.

На сегодняшний день планирование бизнеса по-прежнему является одной из самых болевых точек российского менеджмента. Это вызвано целым рядом причин.

Во-первых, планирование в условиях рынка, ориентированное на удовлетворение потребностей клиента, само по себе является достаточно сложной интеллектуальной работой. В ходе разработки планов требуется системное видение, а также создание и использование информационной базы, аналитическая обработка данных, проектирование будущего, постоянная активность и вовлеченность в процесс планирования всех

участников планирования (особенно топ-менеджмента), их творческий подход к оценке рыночной ситуации и возможностей потребителей.

Во-вторых, сама организация процесса планирования и его осуществление являются непростой задачей, поскольку требуют гибкого сочетания централизации и децентрализации в планировании, создания условий для участия в нем специалистов различных подразделений (экономистов, плановиков, финансистов, производственников, сбытовиков, снабженцев, маркетологов и т. д.). Все это сопровождается организационными проблемами и свидетельствует о наличии коммуникационных трудностей, связанных с процессами планирования.

В-третьих, имеют место проблемы социально-культурного характера. В России еще достаточно сильны позиции сторонников директивного управления и приказов сверху, нежели руководителей, склонных к использованию демократических методов управления. Директивное планирование затрудняет процесс бизнес-планирования, поскольку ряд ограничений (сроки, стоимость) «спускается» сверху без обоснований.

В-четвертых, в отличие от развитых стран Запада, условия становления планирования бизнеса в России имеют свою специфику. Это затрудняет использование зарубежных методических разработок, поскольку данные методики зачастую не соответствуют хозяйственным, экономическим, правовым и другим условиям российского бизнеса. Таким образом, развитие новых организационных форм и методов планирования бизнеса на российских предприятиях становится жизненно необходимым. Предприниматели должны научиться заглядывать в будущее и целенаправленно его готовить, предвидя опасности и используя возможности, открывающиеся во внешней среде

## **Тема 2. Методическое и информационное обеспечение планирования**

**Цель:** ознакомиться с современными информационными технологиями в бизнес-планировании

**Задание 1.** Проработка лекционного материала

**Задание 2.** Подготовка к практическому занятию

Подготовить материал к выступлению по теме: «Современные информационные технологии в бизнес-планировании («Project, Expert», «Business Plan PL», «COMFAR», «Альт-Инвест», «Bplans», «E-planificator», «BPE24», «BP-Start», АОС, «ВиртБи-План»»).

## **Тема 3. Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи.**

### **Общие требования и рекомендации по разработке бизнес-плана**

**Цель:** изучить типичную структуру бизнес-плана и процесс его составления.

## **Задание 1.** Проработка лекционного материала

## **Задание 2.** Подготовка к практическому занятию

Подготовить выступления на тему: «Типичные ошибки в бизнес-планировании»

**Задание 3.** Составление типовой структуры бизнес-плана с последующим обсуждением в группе.

### **Методические указания к выполнению задания**

Состав, структура и детализация бизнес-плана определяются функциональной спецификой и размером фирмы (предприятия), активностью рынка сбыта, продвинутостью конкурентов, а также стратегической целью и локальными задачами конкретного бизнеса, перспектив роста предприятия.

В зависимости от цели составления бизнес-плана (в качестве плана обоснования инвестиций, для финансовых партнеров, привлечения партнеров и т. п.) разделы бизнес-плана могут разрабатываться с той или иной степенью конкретизации.

Блок-схемы назначения и применения бизнес-плана за рубежом и в нашей практике могут быть различными в деталях, но в принципе они одинаковы.

*Резюме.* В резюме внимание должно быть нацелено на главные результаты и выводы бизнес-плана в целом и каждого его раздела, включая возможный риск и пути его преодоления.

*Исходные данные и характеристика бизнеса.* В данном разделе определяются функциональные особенности, местоположение, технические параметры, условия бизнеса (например, строительства, реконструкции), эксплуатации объекта.

*Оценка рыночной конъюнктуры.* Содержит общую характеристику современного состояния и тенденций макроэкономических процессов в инвестиционной сфере.

*Стратегия маркетинга.* Включается описание целей, маркетинговой ситуации программы осуществления стратегии,

*Организационно-финансовый механизм.* Содержит описание инвестиционной программы с подразделением на блоки и этапы.

*Определение затрат.* Приводится расчет единовременных и текущих затрат по реализации проектного предложения с учетом дисконтирования и прогнозируемых индексов инфляции.

*Определение доходов.* В разделе приводится расчет объемов производства, себестоимости продукции (работ, услуг), определяются условия ценообразования, налогообложения, получения валового и чистого дохода с учетом дисконтирования и прогнозируемых индексов инфляции по единовременным поступлениям в бюджет и внебюджетный фонд (например, плата за право аренды земли и объектов муниципальной недвижимости,

продажа существующих и новых объектов и т. д.).

*Формирование потока чистых средств.* Приводится расчет потоков чистых средств, образованных в результате инвестиционной, операционной и финансовой деятельности.

*Оценка экономической, бюджетной, коммерческой и социальной эффективности инвестиций.* Приводится расчет показателей эффективности и их интерпретации.

*Страхование коммерческого риска и юридическая защита.* Определяются типы рисков, условия их возникновения, возможный ущерб.

В зарубежной практике принято, что разработка бизнес-плана осуществляется с привлечением экспертов и консультантов, но с обязательным личным участием руководителей предприятия. С целью объективной оценки подготовленного документа проводится его проверка специализированной аудиторской организацией.

Составлению бизнес-плана предшествуют следующие работы:

- анализ и оценка текущего состояния предприятия;
- анализ возможностей и проблем рынка (потребители, посредники, конкуренты, поставщики, положение предприятий на рынке);
- анализ влияния на предпринимательскую деятельность состояния отрасли (под отрасли), к которой принадлежит предприятие, фактора макросреды предприятия (экономических, политических, демографических, научно-технических, природных, культурных);
- определение направлений и формулировка количественно обоснованных целей деятельности предприятия на планируемый период;
- разработка планов действий, предпринимаемых для достижения целей, и определение необходимых ресурсов.

При составлении бизнес-плана используется статистическая, бухгалтерская и другая информация, которая должна подтверждаться ссылкой на первоисточник.

Бизнес-план составляется, как правило, на несколько лет вперед, а затем может корректироваться и пересматриваться по мере необходимости, но не реже, чем раз в год.

#### **Тема 4. Технология бизнес-планирования**

**Цель:** освоить навыки разработки миссии и стратегии бизнеса, оценки конкурентной среды.

**Задание 1.** Оценка сильных и слабых сторон конкурентов и собственного предприятия.

**Задание 2** Разработка миссии и стратегии бизнеса для конкретного предприятия.

## Методические указания к выполнению задания

Общее описание компании проводится с целью помочь читателю (потенциальному инвестору, партнеру) получить ясное представление об интересующей его компании как объекте инвестирования или как о возможном партнере по бизнесу. Стоит отметить, что если бизнес-план разрабатывается для внешнего пользования, то в этом подразделе приводится подробный перечень необходимых данных. В случае разработки бизнес-плана для внутренних читателей (собственников и руководителей компании) содержание этого раздела можно свести к минимуму.

Описание компании, как правило, включает в себя следующую информацию. Основные данные о компании — полное наименование; организационно-правовая форма (ОАО, ЗАО, ООО); форма собственности (частная, государственная, муниципальная и т. д.); структура собственности; местоположение и юридический адрес; почтовый адрес; электронный адрес; интернет-сайт; профиль и основные виды деятельности; характеристика юридических документов, требуемых для рассматриваемых видов деятельности (лицензии, разрешения, сроки их действия и т. п.).

История создания компании — дата основания; основные этапы развития; имеющиеся достижения за последний период и их значение для бизнеса; стадия развития бизнеса в настоящий момент.

Текущая организация бизнеса — состав управленческой команды, их доли участия в капитале; размер уставного капитала компании. Краткая характеристика инфраструктуры бизнеса — основные здания и помещения; производственные мощности; активы компании.

Отличительные компетенции компании — это набор уникальных характеристик или способностей, которые создают особую ценность для потребителя. К потенциальным отличительным компетенциям можно отнести способы удовлетворения потребностей основных потребителей (ноу-хау), эффективные системы сбыта продуктов/услуг, персонал, географическое местоположение.

Местоположение компании. Для одних видов бизнеса местоположение не играет большой роли. Но для других, таких, например, как ресторан, магазин, оно является решающим фактором. Удачное местоположение способно приносить прибыль, поэтому в данном случае это может быть одной из отличительных компетенций.

Разработка целевого раздела очень важна как для внутреннего, так и для внешнего использования бизнес-плана. Это связано с тем, что именно цели переводят формулировку миссии в конкретное русло и задают направление деятельности компании. При постановке целей могут возникать определенные противоречия, когда достижение одних целей затрудняет или делает невозможным достижение других. Поэтому необходимо найти компромисс за счет согласования целей, установления приоритетов, уточнения способа их достижения и критериев оценки.

В бизнес-плане должны быть отражены как стратегические высокоуровневые цели, так и конкретные цели, относящиеся к тактическому

и оперативному уровню управления. Для определения стратегических целей необходимо проработать ответы на следующие вопросы: каковы видение и общие цели бизнеса, как они соотносятся между собой, каковы планы фирмы на ближайшие 5–10 лет. Для определения конкретных тактических и оперативных целей необходимо ответить на следующие вопросы: какие конкретные цели обеспечивают достижение общих целей бизнеса, каким образом отдельные конкретные цели соотносятся между собой, имеются ли противоречия между ними, какова значимость достижения и приоритеты отдельных конкретных целей для достижения общих стратегических целей фирмы

Обозначим основные вопросы, которые могут быть рассмотрены в ходе анализа отрасли.

Общее описание отрасли и ее размеры (динамика объемов продаж в отрасли, тенденции роста и развития отрасли). Наиболее крупные предприятия отрасли (указать общее количество, представить перечень ведущих предприятий отрасли и указать их долю сбыта, привести динамику появления фирм в данной отрасли за три года).

Региональная структура производства (общая характеристика региона, распределение предприятий по регионам и областям).

Развитие экспорта и импорта продукции/услуг (объемы экспорта и импорта, перечень экспортируемых/импортируемых изделий, куда экспортируется / откуда импортируется продукция, оценка перспектив развития экспорта/импорта в отрасли и для региона).

Основные характеристики предприятий отрасли — потенциальных конкурентов (номенклатура и объемы выпускаемой конкурентами продукции, рынки, на которых они работают, их доли на этих рынках, конкурентоспособность их продукции, ценовая политика и политика в области сбыта, состояние производственной базы, рентабельность производства).

Целевые программы развития отрасли (федеральные, отраслевые, региональные): основные задачи и приоритеты развития, выделяемые финансовые ресурсы, предоставляемые налоговые льготы (по налогообложению и др.).

Ключевые факторы успеха (бренд, доступ к каналам распределения и финансирования, технология, научно-исследовательские разработки и т. д.).

Необходимое юридическое обеспечение выбранного вида бизнеса (лицензии и разрешения на ведение бизнеса, затраты на получение этих юридических документов, перечень контролирующих органов).

Налоговое окружение бизнеса (наименование налога, налогооблагаемая база по налогу, ставка налога, налоговый период, льготы по налогу).

По результатам проведенного анализа отрасли предприниматели должны показать, что вступают в крупную и/или растущую структурно привлекательную отрасль. Если же по своим характеристикам отрасль нельзя отнести к разряду крупных, растущих или структурно привлекательных, то

необходимо указать, каким образом несмотря на это компания намеревается выйти на уровень прибыли, который мог бы устроить инвесторов.

Конкурентный анализ проводится с целью получения представления о конкурентах, выявления их сильных и слабых сторон, возможностей и угроз внешней среды, а также демонстрации конкурентных преимуществ компании. Поскольку одновременно наблюдать за всеми потенциальными конкурентами достаточно сложно, следует выделить стратегические группы — группы предприятий отрасли, являющихся прямыми конкурентами, которые используют аналогичные стратегии поведения на рынке. Стратегические группы занимают промежуточное положение между отраслью в целом и отдельной компанией.

Для того, чтобы собрать и обобщить информацию о конкурентах, необходимо выполнить следующие действия:

1. Составить список фирм, являющихся ближайшими (территориально) и крупными (по размеру) основными конкурентами, указав название и местоположение каждой фирмы-конкурента.

2. Перечислить виды продукции (услуг), составляющие основу в общем объеме продаж конкурентов, и указать наиболее удачные продукты конкурентов.

3. Указать наиболее важные рынки сбыта каждого конкурента и его долю на этих рынках.

4. Представить данные по объему реализации продукции конкурентов (в натуральном и стоимостном выражении) за последний год. Если привести подобные сведения невозможно, то можно ограничиться грубым сравнением объемов реализации продукции конкурента с продукцией своей фирмы (в понятиях «больше», «равно», «меньше»).

5. Выявить профиль каждого из конкурентов, указав присущие ему достоинства (сильные стороны) и недостатки (слабые стороны). Цель — определение характерных особенностей конкурентов (выход на международный рынок, доступ к дешевым рынкам сырья, транспортных услуг и т. п.), дающих им преимущества, а также определение их недостатков, которые могут ограничить их успех.

6. Упорядочить конкурентов относительно контролируемой ими доли рынка.

7. Выявить действующих на рынке конкурентов, демонстрирующих успехи в области эффективного продвижения товаров на рынок. Описать методы, используемые данными фирмами, определяющие эффективность их сбытовой и ценовой политики (используемые каналы сбыта, реклама, цены, скидки и др.)

8. Указать выявленные изменения в развитии конкуренции (усиление или ослабление) и в основных факторах 70 конкуренции. Отметить появление новых или исчезновение бывших ранее конкурентов в отрасли, изменение доли рынка в сравнении с конкурентами. Определить, какие фирмы испытывают трудности и почему.

9. Сделать прогноз развития конкуренции в будущем на основе выявленных изменений.

## **Тема 5. Организация процесса реализации бизнес-плана**

Цель: освоить навыки составления бизнес-плана проекта и его презентации

**Задание 1.** Подготовка бизнес-плана: титульный лист, введение, резюме, содержание, презентация.

Титульный лист бизнес плана является лицом компании. Именно эту структурную часть документа первым делом увидят потенциальные инвесторы. Содержание этого раздела должно быть хорошо продумано и грамотно составлено, чтобы вызвать заинтересованность основной частью документа. Поэтому стоит изучить, как именно должен выглядеть титульный лист перспективного проекта.

Что важно в оформлении одной из частей бизнес-плана – титульного листа? В его создании могут быть применены разнообразные внешние признаки, характеризующие ту или иную организацию (фирменный цвета, шрифты, стиль). Он не должен содержать множество излишних подробностей и деталей, которые будут отвлекать внимание от самых важных сведений. Он должен быть как можно более лаконичным и понятным.

Перечень указанных на титульном листе данных может варьироваться, но упоминание следующих компонентов обычно необходимо:

- название;
- род деятельности организации;
- логотип;
- слоган;
- руководитель компании;
- кто подготовил проект;
- кому направлен;
- сроки начала проекта;
- предполагаемая продолжительность;
- сроки окончания проекта.

Бизнес–план можно представить в следующем виде.

1. Введение:

- а) наименование компании, адрес и телефон владельца;
- б) с кем связываться: имя и телефон владельца;
- в) о компании: сфера деятельности (отрасль) и занимаемый сектор рынка;
- г) предлагаемое кредитору или инвестору обеспечение: привилегированные и обычные акции, облигации и т. д.;
- д) намерения бизнеса: сроки, цель займа, залладная;
- е) сводка целей использования займа.

## 2. Резюме:

суть бизнес–плана: предпочтительный размер – одна–четыре страницы; содержит описание проекта, конкурентоспособность, основную суть.

## 3. Содержание:

название разделов и нумерация страниц для облегчения поиска.

## **Задание 2. Защита проекта.**

### **Методические указания к выполнению задания**

Мультимедийные презентации используются для того, чтобы выступающий смог на большом экране или мониторе наглядно продемонстрировать дополнительные материалы к своему сообщению: фотографии, снимки, графики и др. Эти материалы могут также быть подкреплены соответствующими звукозаписями.

Выполнение презентаций позволяет логически выстроить материал, систематизировать его, представить к защите, приобрести опыт выступления перед аудиторией, формирует коммуникативные компетенции обучающихся.

Для оптимального отбора содержания материала работы в презентации необходимо выделить ключевые понятия, теории, проблемы, которые раскрываются в презентации в виде схем, диаграмм, таблиц, с указанием авторов. На каждом слайде определяется заголовок по содержанию материала.

Презентация не должна быть меньше 10 слайдов. Объем материала, представленного в одном слайде должен отражать в основном заголовок слайда.

Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: полное наименование образовательного учреждения, тема работы, фамилия, имя, отчество студента, фамилия, имя, отчество руководителя (Приложение 1).

Алгоритм выстраивания презентации соответствует логической структуре работы и отражает последовательность ее этапов.

### **Требования к оформлению презентаций**

Для оформления слайдов презентации рекомендуется использовать простые шаблоны без анимации, соблюдать единый стиль оформления всех слайдов. Не рекомендуется на одном слайде использовать более 3 цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста. Смена слайдов устанавливается по щелчку.

Шрифт, выбираемый для презентации должен обеспечивать читаемость на экране и быть в пределах размеров - 18-72 пт, что обеспечивает презентабельность представленной информации. Шрифт на слайдах презентации должен соответствовать выбранному шаблону оформления. Не следует использовать разные шрифты в одной презентации. При

копировании текста из программы Word на слайд он должен быть вставлен в текстовые рамки на слайде.

В презентации материал целесообразнее представлять в виде таблиц, моделей, схем.

Таблица 1 – Оформление слайдов

Стиль	Соблюдайте единый стиль оформления Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации. Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями).
Фон	Для фона предпочтительны холодные тона (синий, зеленый)
Использование цвета	На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовка, один для текста. Для фона и текста используйте контрастные цвета.
Анимационные эффекты	Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде. Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.
Представление информации:	
Содержание информации	Используйте короткие слова и предложения. Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных. Заголовки должны привлекать внимание аудитории.
Расположение информации на странице	Предпочтительно горизонтальное расположение информации. Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.
Шрифты	Для заголовков – не менее 24. Для информации не менее 18. Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния. Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание. Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).
Способы выделения информации	Следует использовать: – рамки; границы, заливку; – штриховку, стрелки; – рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов.
Объем информации	Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом

	<p>информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.</p>
Виды слайдов	<p>Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– с текстом;</li><li>– с таблицами;</li><li>– с диаграммами.</li></ul>

## Перечень учебно-методического обеспечения для обучающихся по дисциплине

1. Горбунов, В. Л. Бизнес-планирование : учебное пособие / В. Л. Горбунов. — 3-е изд. — Москва, Саратов : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 422 с. — ISBN 978-5-4497-0306-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89423.html>— Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Стародубова, А. А. Бизнес-планирование : учебное пособие / А. А. Стародубова, И. В. Дубовик. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2018. — 91 с. — ISBN 978-5-7882-2170-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79269.html>— Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Разуваев, А. Д. Бизнес-планирование : конспект лекций / А. Д. Разуваев. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2020. — 118 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115923.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Бекетова, О. Н. Бизнес-планирование : учебное пособие / О. Н. Бекетова, В. И. Найденков. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. — ISBN 978-5-9758-1885-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81001.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Кисова, А. Е. Бизнес-планирование : учебное пособие / А. Е. Кисова, Л. А. Шпиганович, Е. В. Богомолова. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. — 64 с. — ISBN 978-5-88247-943-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92844.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Серпухова, Е. П. Бизнес-планирование для организации предпринимательской деятельности : учебное пособие / Е. П. Серпухова, О. Г. Сайманова. — Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. — 178 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111603.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7. Бизнес-планирование на предприятии : учебное пособие / А. В. Башкирцев, Л. Ш. Салихова, В. В. Авилова, Е. Н. Парфирьева. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-7882-2359-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/94965.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.