

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленский государственный университет»

Кафедра менеджмента

«Утверждаю»
Проректор по учебно-
методической работе
_____ Ю.А. Устименко
«21» июня 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины
Б1.В.06 Бизнес-планирование**

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) образовательной программы: Производственный менеджмент
Форма обучения – заочная
Курс – 4
Семестр – 7
Всего зачетных единиц – 4, часов – 144
Лекции – 8 часов
Практические занятия – 6 часов
Самостоятельная работа – 130 часов
Форма отчетности: экзамен – 7 семестр

Программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Программу разработал
кандидат экономических наук, доцент Т.В. Давыдова

Одобрена на заседании кафедры менеджмента
«14» июня 2022 г., протокол № 14

1. Место дисциплины в структуре ОП

Рабочая программа по дисциплине «Бизнес-планирование» Б1.В.06 разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и учебным планом направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Производственный менеджмент».

Дисциплина относится к циклу дисциплин вариативной части учебного плана, обязательным дисциплинам. Изучается студентами 4 курса в 7 семестре и опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Экономическая теория», «Основы менеджмента», «Организационное проектирование», «Управленческий контроль», «Антикризисное управление» и др.

Изучение данной дисциплины способствует формированию представлений о методологии, теории и технологии разработки бизнес-плана, и выработке навыков принятия решений.

Полученные студентами знания способствуют усвоению таких курсов как «Управление проектами», «Стратегический менеджмент», «Производственный менеджмент» «Управление качеством», «Управленческие решения» а также успешному прохождению преддипломной практики.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ - ПК-7.

В результате освоения дисциплины учащийся должен

Знать:

- алгоритм поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, основы координации деятельности исполнителей в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

Уметь:

- осуществлять поэтапный контроль реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов; координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента.

Владеть:

- навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

3. Содержание дисциплины

Тема 1.Прогнозирование и планирование в условиях рынка

Рыночная экономика и объективная необходимость планирования на макро- и микроуровнях. Система планирования в условиях рынка как основной метод и составная часть управления экономикой. Прогнозирование в рыночной экономике: понятие, содержание, роль и значение; взаимосвязь прогнозирования и планирования. Роль и место планирования в управлении предприятием. Планирование как наука и вид экономической

деятельности. Сущность и структура объектов планирования. Предмет планирования. Временные границы планирования. Экономический механизм управления предприятия. Система планов: перспективное, среднесрочное, текущее планирование. Бизнес-план предприятия.

Тема 2. Сущность и содержание бизнес-планирования на предприятии

Предпринимательство и бизнес-планирование, роль и место в экономике. Содержание предпринимательской деятельности. Классификация предпринимательской деятельности. Понятие бизнеса как инициативной экономической деятельности. Объекты бизнеса. Планирование как инструмент для обеспечения динамичного развития бизнеса. Понятие и содержание бизнес-планирования.

Тема 3. Резюме бизнес-плана

Титульный лист бизнес-плана. Резюме. Уникальность бизнеса. Планируемая стратегия фирмы: вход на рынок или его развитие через анализ факторов, условий, слабых мест в действиях конкурентов. Описание отрасли экономической деятельности и рынка сбыта, его структуры, емкости, темпов роста. Анализ конкурентных преимуществ собственного бизнеса. Прогноз финансовых результатов. Требуемая сумма инвестиций. Особенности структуры резюме бизнес-плана нового и действующего бизнеса. Примерная форма резюме.

Тема 4. Исследование и анализ рынка, план маркетинга

Прогноз конъюнктуры рынка. Современное состояние и тенденции макроэкономических процессов в инвестиционной сфере. Прогноз коммерческой деятельности анализируемых фирм-конкурентов. Общая стратегия маркетинга: рыночная стратегия бизнеса, описание и анализ особенностей потребительского рынка, влияние внешних факторов на объем и структуру сбыта. Анализ продаж за предшествующий период. Сегментация рынка. Определение емкости рынка. Прогноз развития рынка. Планирование ассортимента. Оценка конкурентоспособности товара. Планирование цены. Прогнозирование величины продаж. Разработка собственной ценовой политики фирмы, а также сравнение с ценовой стратегией конкурентов. Анализ системы ценовых скидок как инструмента стимулирования реализации. Сравнительный анализ эффективности методов реализации. Структура собственной торговой сети. Политика по послепродажному обслуживанию и предоставление гарантий. Реклама и продвижение товара на рынок.

Тема 5. Составление плана производства и организационного плана

Производственный цикл. Производственные мощности. Их роль в совершенствовании бизнеса. Развитие производственных мощностей за счет приобретения и аренды. Структура и показатели производственной программы. Анализ выполнения плана производства. Анализ портфеля заказов. Расчет производственной мощности. Планирование выпуска продукции. Планирование выполнения производственной программы. Собственность и ее роль в организации бизнеса. Организационно-правовые формы предпринимательства в соответствии с Гражданским кодексом РФ. Экономическое обоснование создания, реорганизации предприятия. Организационная структура, экономическое обоснование и оценка эффективности. Управленческая команда и персонал. Планирование потребности в персонале. Планирование трудоемкости производственной программы. Расчет и анализ баланса рабочего времени. Планирование производительности труда. Состав средств на оплату труда. Анализ фонда заработной платы. Планирование фонда заработной платы. Планирование снижения себестоимости продукции. Планирование сметы затрат на производство продукции.

Тема 6. Финансовый план и оценка рисков

Финансы предпринимательской организации. Управление финансами: финансовый механизм, финансовые методы, финансовые ресурсы, финансовые рычаги. Оценка эффективности предпринимательской деятельности: принципы и методы. Цели, задачи и функции финансового планирования. Содержание финансового плана. Анализ финансового положения. Планирование доходов и поступлений. Планирование расходов и отчислений. Привлечение кредитов и анализ их эффективности. Источники финансирования ресурсов предприятия и их соотношение. Анализ эффективности инвестиций. Срок полного возврата вложенных средств и получение дохода от них. Составление графика безубыточности по материалам бизнес-плана. Баланс доходов и расходов фирмы. Хозяйственный риск: сущность, место и роль в планировании. Виды потерь и риска: материальные, трудовые, финансовые, времени. Внешние и внутренние риски. Показатели риска и методы его оценки. Методы снижения риска: страхование, поручительство, распределение риска, резервирование средств. Анализ и планирование риска. Методы анализа.

Тема 7. Форма представления бизнес-плана

Цель и назначение бизнес-плана в системе управления фирмой. Задачи и преимущества использования бизнес-плана. Типология бизнес-планов. Основные области применения бизнес-плана. Принципы разработки бизнес-плана. Роль компьютерных технологий в разработке бизнес-плана. Общая характеристика ПО «ProjectExpert», ПО «АЛЪТ-ИНВЕСТ». Основы методологии бизнес-планирования. Стратегическая ориентация бизнес-планирования. Внутренняя и внешняя среда при разработке и обосновании бизнес-плана. Подготовка бизнес-плана к реализации.

Тема 8. Экспертиза бизнес-плана

Основные ошибки, встречающиеся в бизнес-планах. Методика проверки информации, представленной в бизнес-плане.

4. Тематический план

№ п/п	Разделы и темы	Всего Часов	Формы занятий		
			лекции	практические занятия	самостоятельная работа
1	Тема 1. Прогнозирование и планирование в условиях рынка	16	-	-	16
2	Тема 2. Сущность и содержание бизнес-планирования на предприятии	16	1	-	15
3	Тема 3. Резюме бизнес-плана	17	1	1	15
4	Тема 4. Исследование и анализ рынка, план маркетинга	18	2	1	15
5	Тема 5. Составление плана производства и организационного плана	19	2	2	15
6	Тема 6. Финансовый план и оценка рисков	17	-	2	15
7	Тема 7. Форма представления бизнес-плана	17	2	-	15
8	Тема 8. Экспертиза бизнес-плана	15	-	-	15
	Экзамен	9			9
ИТОГО		144	8	6	130

5. Виды учебной деятельности ЛЕКЦИИ

Тема 2. Сущность и содержание бизнес-планирования на предприятии (1 час)

Лекция 1.

План

1. Предпринимательство и бизнес-планирование, роль и место в экономике.
2. Содержание предпринимательской деятельности. Классификация предпринимательской деятельности.
3. Понятие бизнеса как инициативной экономической деятельности. Объекты бизнеса.
4. Планирование как инструмент для обеспечения динамичного развития бизнеса.
5. Понятие и содержание бизнес-планирования.

Тема 3. Резюме бизнес-плана (1 час)

Лекция 2.

План

1. Титульный лист бизнес-плана. Резюме.
2. Уникальность бизнеса. Планируемая стратегия фирмы: вход на рынок или его развитие через анализ факторов, условий, слабых мест в действиях конкурентов.
3. Описание отрасли экономической деятельности и рынка сбыта, его структуры, емкости, темпов роста.
4. Анализ конкурентных преимуществ собственного бизнеса.
5. Прогноз финансовых результатов.
6. Требуемая сумма инвестиций.
7. Особенности структуры резюме бизнес-плана нового и действующего бизнеса.
8. Примерная форма резюме.

Тема 4. Исследование и анализ рынка, план маркетинга (2 часа)

Лекция 3.

План

1. Прогноз конъюнктуры рынка. Прогноз коммерческой деятельности анализируемых фирм-конкурентов.
2. Общая стратегия маркетинга: рыночная стратегия бизнеса, описание и анализ особенностей потребительского рынка, влияние внешних факторов на объем и структуру сбыта.
3. Сегментация рынка. Определение емкости рынка. Прогноз развития рынка. Планирование ассортимента. Оценка конкурентоспособности товара. Планирование цены. Прогнозирование величины продаж. Разработка собственной ценовой политики фирмы, а также сравнение с ценовой стратегией конкурентов.
4. Анализ системы ценовых скидок как инструмента стимулирования реализации.
5. Реклама и продвижение товара на рынок.

Тема 5. Составление плана производства и организационного плана (2 часа)

Лекция 4.

План

1. Структура и показатели производственной программы. Анализ выполнения плана производства. Анализ портфеля заказов. Расчет производственной мощности.
2. Планирование выпуска продукции. Планирование выполнения производственной программы.

3. Организационная структура, экономическое обоснование и оценка эффективности.
4. Управленческая команда и персонал. Планирование потребности в персонале. Планирование трудоемкости производственной программы.
5. Планирование снижения себестоимости продукции. Планирование сметы затрат на производство продукции.

Тема 7. Форма представления бизнес-плана (2 часа)

Лекция 5.

План

1. Цель и назначение бизнес-плана в системе управления фирмой. Задачи и преимущества использования бизнес-плана. Типология бизнес-планов.
2. Основные области применения бизнес-плана. Принципы разработки бизнес-плана.
3. Общая характеристика ПО «ProjectExpert», ПО «АЛЬТ-ИНВЕСТ». Основы методологии бизнес-планирования.
4. Внутренняя и внешняя среда при разработке и обосновании бизнес-плана.
5. Подготовка бизнес-плана к реализации.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Тема 3. Резюме бизнес-плана

Практическое занятие – 1 час.

Вопросы для обсуждения:

1. Титульный лист бизнес-плана. Резюме.
2. Уникальность бизнеса. Планируемая стратегия фирмы: вход на рынок или его развитие через анализ факторов, условий, слабых мест в действиях конкурентов.
3. Описание отрасли экономической деятельности и рынка сбыта, его структуры, емкости, темпов роста.
4. Анализ конкурентных преимуществ собственного бизнеса.
5. Прогноз финансовых результатов.
6. Требуемая сумма инвестиций.
7. Особенности структуры резюме бизнес-плана нового и действующего бизнеса.
8. Примерная форма резюме.

Вопросы для контроля:

1. Что содержит резюме бизнес-плана?
2. Как отражается уникальность бизнеса, планируемая стратегия фирмы?
3. Как осуществляется описание отрасли экономической деятельности и рынка сбыта, его структуры, емкости, темпов роста?
4. Как отражается анализ конкурентных преимуществ собственного бизнеса, прогноз финансовых результатов, требуемая сумма инвестиций?
5. В чем заключаются особенности структуры резюме бизнес-плана нового и действующего бизнеса?
6. Какова примерная форма резюме?

Тема 4. Исследование и анализ рынка, план маркетинга

Практическое занятие – 1 час. (*Проводится работа по разработке бизнес-плана согласно предложенной программы*)

Тема 5. Составление плана производства и организационного плана

Практическое занятие – 2 часа. (*Проводится работа по разработке бизнес-плана согласно предложенной программы*)

Тема 6. Финансовый план и оценка рисков

Практическое занятие – 2 час. (Проводится работа по разработке бизнес-плана согласно предложенной программы)

Практические занятия ориентированы на формирование навыков практического применения научных (теоретических) положений изучаемого курса. Практическая ориентация занятий является приоритетной, она показывает, как усваивается лекционный материал.

На примере компании «Общебит» и методических рекомендаций студентам предлагается выполнение самостоятельно выбранных и утвержденных преподавателем тем бизнес-планов. Студенты под руководством преподавателя выполняют расчеты и оформляют бизнес-планы

Программа разработки бизнес-плана

Макет бизнес-плана инновационного проекта

1. Титульный лист:

БИЗНЕС-ПЛАН
на инновационный проект

(название)

(наименование организации, включая форму собственности)

(имена, адреса, контактные телефоны осн.учредителей с указанием доли в уставном капитале)

(фамилия, имя, отчество руководителя, контактный телефон)

Сметная стоимость проекта _____

Источники финансирования _____

Форма и сумма запрашиваемой государственной поддержки _____

Срок реализации проекта _____

Срок окупаемости проекта _____

2. Содержание: (перечисляются все разделы бизнес-плана с указанием номеров страниц, на которых располагается указанная информация)

3. Резюме проекта - краткое изложение основных характеристик проекта на основе готового бизнес-плана, раскрывающее его цели и доказательства выгодности (не более 1 страницы):

- цели проекта и его потенциальная эффективность;
- краткие сведения об организации(ях), принимающих участие в реализации проекта;

- описание потребности в инвестициях, включая источники, объемы, сроки и направления использования;
- основные финансовые показатели организации-претендента за последние 2-3 года;
- планируемые объемы производства по завершению реализации проекта (3 года);
- объем собственных вложений и форма участия заявителя (здания, оборудование, денежные средства, объекты интеллектуальной собственности);
- потенциальная бюджетная эффективность проекта;
- социальная эффективность проекта (количество созданных рабочих мест, другой эффект).

4. Описание проекта.

4.1. Суть проекта, описание инновационного продукта (с приложением образцов, фотографий, видеоматериалов и т.д.).

4.2. Назначение продукта, отличие его от имеющихся аналогов.

4.3. Обоснование новизны технических и организационных решений с приложением копий документов, справка, подтверждающая право собственности на имеющиеся решения (объект промышленной собственности). Возможная схема защиты прав интеллектуальной собственности. Возможные дизайн, упаковка, сервисное обслуживание.

5. План маркетинга.

5.1. Ситуация на внутреннем и внешнем рынках: имеющиеся в России и за рубежом аналоги инновационного продукта, степень их присутствия на рынке, характеристика конкурентов. Патентная ситуация. Защита товара в стране лицензиата на внутреннем и внешнем рынках, возможность для конкурентов производить соответствующую продукцию без нарушения патентных прав.

5.2. Потенциальные рынки сбыта
Контингент потребителей продукции, объем платежеспособного спроса на первые два года (желательно приложить копии контрактов, соглашений или запросов). Организация сбыта продукции, ее рекламы и ориентировочный объем затрат на ее проведение.

5.3. Ориентировочная цена и сопоставление её с ценами аналогов.

5.4. Планируемые объемы продаж:

План продаж

Показатели реализации продукции	1 год				2 год				3 год всего		
	Всего	по кварталам				Всего	по кварталам				
		1	2	3	4		1	2		3	4
Объемы реализации в натуральном выражении											
в том числе											
Оптовые продажи											
Покупатель А											
Покупатель Б											

Объемы отгрузки в денежном выражении											
в том числе											
Оптовые продажи											
Покупатель А											
Покупатель Б											

5.5. Способы стимулирования продаж.

6. Организация производства инновационного продукта:

6.1. Инвестиционный план.

6.1.1. _____

Прибыль до налогообложения											
Налог на прибыль											
В том числе в бюджет Чувашской Республики											
Чистая прибыль											

7.6. Расчет точки безубыточности (в натуральных единицах: отношение суммы постоянных расходов к разнице между ценой реализации и объемом переменных издержек).

7.7. Расчет периода окупаемости проекта.

7.8. Расчет внутреннего уровня доходности проекта (ВУД- внутренний коэффициент окупаемости, при котором величина полученных доходов равна сумме инвестиционных вложений).

$$ВУД = \frac{2*(В3-И3)}{\sqrt{(В2-И2)^2 - 4*(В3-И3)*(В1-И1) - (В2-И2)}} \quad 1$$

где:

В1, В2, В3 – выручка от реализации продукции за первый, второй и третий годы.

И1, И2, И3 – произведенные инвестиции в первом, втором и третьем году соответственно.

7.9. Расчет рентабельности продаж: отношение выручки от реализации продукции к полной себестоимости продукции.

7.10. Анализ рисков: наличие факторов препятствующих осуществлению проекта, и меры по их устранению, предупреждению.

7.11. Бюджетная эффективность проекта:

Бюджетная эффективность проекта

Вид налога	1 год				2 год				3 год		
	Всего	по кварталам				Всего	по кварталам				
		1	2	3	4		1	2		3	4
Доходы в бюджет											
в том числе											
Налог на прибыль (17,5% от суммы прибыли; при условии привлечения инвестиций в сумме >10 млн. рублей – 13,5% от суммы прибыли)											
Налог на имущество (2,2% от балансовой стоимости имущества)											
Налог на доходы физических лиц (зароботная плата x 13% x 60%)											
Расходы из бюджета											
в том числе											
сумма государственной поддержки на реализацию проекта											
Бюджетная эффективность											

Приложение 1.

График инвестиционных вложений (пример)

	МЕСЯЦЫ															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	...
1. Создание проектно-сметной документации	■															
2. Реконструкция		■	■	■	■	■										
3. Отделка					■	■										
4. Закупка оборудования						■										
5. Монтаж, пуск							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6. Закупка расходных материалов							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7. Проведение аттестации, сертификации																
8. Первоначальное продвижение на рынок						■	■	■	■	■						
9.																

Пример бизнес-плана: компания ООО «Общебит»

1. Резюме для высшего руководства

Internet-кафе ООО «Общебит», в отличие от обычного кафе, представляет собой уникальное место для общения и развлечений в сети Internet. Это кафе появилось как ответ на влечение времени. Публика хочет 1) иметь доступ к средствам коммуникации и источникам информации, существующим в сети Internet, и 2) иметь возможность обмениваться впечатлениями со своими друзьями и коллегами.

Цель данного бизнес-плана — получить финансирование в объеме 3,5 млн. руб. Это дополнительное финансирование необходимо для начала работ по благоустройству помещения, приобретения оборудования и покрытия затрат в течение первого года функционирования. В настоящее время компания получила средства из четырех источников: 1) 2,4 млн. руб. из Фонда поддержки малого бизнеса Энской области, 2) 1,4 млн. руб. инвестиций от Сергея Сеницына, 3) 3,6 млн. руб. от трех инвесторов, и 4) 3 млн. руб. в виде краткосрочных займов.

Компания ООО «Общебит» является обществом с ограниченной ответственностью. Ее владельцами являются Сергей Сеницын и три внешних инвестора: Леонид Птицын, Иван Лисицын и Вадим Куницын. Эти инвесторы являются акционерами, а значит, рискуют только своими личными инвестициями в размере 1,2 млн. руб. каждый.

Финансирование, полученное от владельца, акционеров и Фонда поддержки малого бизнеса Энской области обеспечит успешное открытие компании и ее функционирование в течение первого года. Крупные инвестиции позволят компании ООО «Общебит» открыть полноценное Internet-кафе. Уникальное современное оборудование даст возможность создать уютную атмосферу для посетителей кафе. В течение первого года кафе ООО «Общебит» создаст постоянный контингент посетителей, обеспечив себе достаточную базу для работы в течение второго года.

1.1. Цели

На ближайшие три года компания установила следующие цели.

- Создать уникальную современную обстановку, отличающую кафе ООО «Общебит» от других местных кафе.
- Расширить контингент посетителей с помощью образовательных программ.
- Обеспечить посетителям Internet-кафе возможность для максимально комфортного общения.
- Поддерживать разумные цены на кофе и кондитерские изделия.
- Обеспечить широкий выход в Internet и доступ к другим интерактивным услугам.

1.2. Миссия

Популярность сети Internet растет со скоростью геометрической прогрессии. Те, кто испытал современную скорость передачи информации по сети, может оценить прелесть путешествий по Web-сайтам. Тем, кто еще никогда не работал в сети Internet, нужна

приятная и благожелательная атмосфера, в которой они могли бы осваивать новые технологии. Компания Общебит стремится предоставить своим клиентам неограниченный доступ к сети Internet и обеспечить качественную поддержку их работы и обучения.

1.3. Ключи к успеху

Успех компании Общебит обеспечивают следующие факторы.

- Создание уникальной, творческой и уютной обстановки, отличающей Internet-кафе Общебит от обычных кафе и будущих аналогов.
- Создание на основе посетителей Internet-кафе особой общности людей, объединенных одинаковыми интересами и увлечениями.
- Создание атмосферы, которая не отталкивала бы новичков. Internet-кафе Общебит позиционирует себя как образовательный центр для людей, желающих научиться работать с сетью Internet.
- Прекрасный кофе и вкусные кондитерские изделия.

1.4. Риски

Успех компании Общебит зависит от ответов на следующие вопросы.

- Продолжает ли расти спрос на услуги, предоставляемые компанией?
- Продолжает ли расти популярность сети Internet или она является преходящим увлечением?
- Согласны ли клиенты платить за услуги компании ООО «Общебит»?
- Не упала ли стоимость подключения в сеть Internet из дома настолько, что услуги Internet-кафе стали невыгодными?

2. Краткое описание компании

Компания ООО «Общебит» будет размещена в центре Энска и обеспечит своим клиентам полный доступ к сети Internet, предоставляя им популярные компьютерные программы и современное оборудование, а также кофе и кондитерские изделия.

Целевой аудиторией компании являются люди всех возрастов и любого уровня подготовки. Для помощи новичкам компания планирует организовать курсы, позволяющие посетителям освоить основы работы с сетью Internet и электронной почтой. Организовывая такие курсы, компания создаст контингент постоянных клиентов, ценящих ее услуги. Кроме того, удобное расположение, хороший кофе и вкусные кондитерские изделия, а также уютная обстановка позволят создать контингент постоянных посетителей Internet-кафе.

2.1. Владельцы компании

Компания ООО «Общебит» является обществом с ограниченной ответственностью. Ее основным владельцем является Сергей Сеницын. Совладельцами компании являются Леонид Птицын, Иван Лисицын и Вадим Куницын.

2.2. План создания компании

Средства, направленные на создание компании, покроют затраты на приобретение современных кофеварок, перестройку и ремонт помещения, покрытие убытков на протяжении первого года и покупку оборудования для доступа в Internet.

Средства связи позволят посетителям Internet-кафе получить высокоскоростной доступ в Internet. На их приобретение будет направлена крупная доля финансирования, выделенного на первый год работы. К числу приобретаемого оборудования относятся компьютерные терминалы и периферические устройства. В частности, будут приобретены два лазерных принтера и сканер.

Помимо этого, часть средств будут направлены на приобретение современного оборудования для приготовления кофе. В частности, будут куплены одна кофеварка эспрессо, одна кофемолка и кофейные сервизы.

Помещение, предназначенное для кафе ООО «Общебит», требует перестройки и ремонта. На это будут выделены отдельные средства.

Таблица 1. Затраты на создание компании

Начальные затраты

Страховка	1 700 000,00р.
Аренда	2 300 000,00р.
Автоматическая кофеварка	150 000,00р.
Кофемолка	79 500,00р.
Компьютерные системы (x 11)	2 431 000,00р.
Линии связи	1 370 000,00р.
Осветительные приборы/перепланировка	2 000 000,00р.
Общие затраты	10 030 500,00р.
Активы	
Денежные средства	500 000,00р.
Ценные бумаги	837 963,00р.
Дебиторская задолженность	897 347,00р.
Товарно-материальные запасы	987 376,00р.
Другие текущие активы	10 000,00р.
Общие активы	3 232 686,00р.
Нехватка капитала для начала работы	-6 797 814,00р.

2.3. Местоположение и возможности компании

Кафе расположено в центральной части Энска. Его выбор обусловлен следующими причинами.

Близость к центру.

Близость к основным ресторанам.

Близость к центральному железнодорожному вокзалу.

Низкая арендная плата — 95 руб. за кв. м. при площади 2 000 кв. м.

Все эти обстоятельства позволят кафе стать основным местом для встреч местных жителей.

3. Услуги

Кафе обеспечивает местных жителей возможностями для работы в сети Internet, позволяет им печатать и сканировать документы, а также осваивать азы работы с сетью Internet. Кроме того, компания предлагает им чашку хорошего кофе и вкусные кондитерские изделия.

3.1. Описание услуг

Компания обеспечивает своим клиентам полный доступ к сети Internet, предоставляя им популярные компьютерные программы и современное оборудование. В частности, Internet-кафе оказывает своим посетителям следующие услуги.

- Доступ к внешним почтовым ящикам электронной почты.
- Аренда внутреннего почтового ящика, который обслуживается серверами компании, обеспечивающими его связь с внешними сетями.
- Доступ к популярным компьютерным программам и утилитам, в частности, FTP, Telnet, Gopher и другие.
- Доступ к Internet-браузерам Netscape или Internet Explorer.
- Доступ к лазерным и струйным принтерам.
- Доступ к популярным компьютерным программам, таким как, AdobePhotoshop и MicrosoftWord.

Кроме того, компания ООО «Общебит» планирует организовать курсы, позволяющие посетителям освоить основы работы с сетью Internet и электронной почтой. Занятия на этих курсах будут проводиться днем и поздно вечером. Организовывая такие курсы, компания создаст контингент постоянных клиентов, ценящих ее услуги. Однако компьютеры, доступ к Internet и обучение клиентов — это лишь часть работы компании по созданию приятной атмосферы в кафе. Хороший кофе, специальные напитки,

кондитерские изделия и уютная обстановка позволят посетителям Internet-кафе почувствовать себя как дома.

3.2. Конкуренция

Internet-кафе является первым заведением подобного рода в г. Энгс. Наша компания планирует отмежеваться от обычных кафе, расположенных в окрестности, предлагая своим посетителям доступ в Internet и другие компьютерные услуги.

3.3. Выпуск информационных материалов

Кафе получит поддержку от компании Энгские компьютеры, которая обеспечит доступ в сеть Internet, консультации и обслуживание оборудования. Кофейное оборудование и кофе мы планируем приобрести у компании Братья Кузнецовы. Контракт на поставку кондитерских изделий пока не заключен. В настоящее время мы ведем переговоры с компаниями Гоголь-Моголь, а также Баранкин и Ко.

3.4. Технология

Компания ООО «Общебит» собирается инвестировать средства в приобретение мощных компьютеров, чтобы предоставить посетителям быстрое и эффективное соединение с сетью Internet. Мы будем постоянно обновлять парк компьютеров, стремясь поддерживать высокий уровень обслуживания, поскольку одним из основных преимуществ Internet-кафе является возможность получить доступ к самым современным технологическим изобретениям.

3.5. Будущие услуги

По мере роста компании количество линий связи будет увеличено. Это обстоятельство учитывается при планировании помещения. Количество пользователей сети Internet постоянно возрастает, усиливая конкуренцию. Для того чтобы выиграть борьбу с конкурентами, компания должна предлагать своим клиентам самые современные услуги.

4. Краткое описание рынка

Поскольку кафе является первопроходцем рынка компьютерных услуг в Эмске, перед ней открываются многообещающие перспективы. Пристрастие клиентов к кофе в сочетании с возрастающим интересом к сети Internet позволило многим Internet-кафе получить крупную прибыль.

4.1. Сегментация рынка

Наш целевой рынок разделяется на две группы. В первую группу входят люди, знакомые с принципами работы в сети Internet и желающие работать за чашкой хорошего кофе в комфортной атмосфере, которую они не могут создать у себя дома. Вторая группа посетителей не умеет работать в сети Internet и просто желает присоединиться к многочисленному интерактивному сообществу. Возраст посетителей кафе колеблется от 18 до 50 лет. Это объясняется широким спектром услуг, предоставляемых кафе: от обычной чашки кофе до возможности использовать самые современные технологические средства связи. Кроме того, контингент посетителей кафе можно разделить на студентов и бизнесменов. Эта сегментация отражена в табл. 2.

Таблица 2. Анализ целевого рынка

Анализ рынка			
Рыночные сегменты	2007	2008	2009
Студенты	123 456,00р.	138 271,00р.	154 864,00р.
Клерки	7 543,00р.	8 448,00р.	9 462,00р.
Пенсионеры	1 278,00р.	1 310,00р.	1 343,00р.
Подростки	13 278,00р.	15 270,00р.	17 561,00р.
Всего	145 555,00р.	163 299,00р.	183 230,00р.

4.2. Стратегия сегментации целевого рынка

Internet-кафе ООО «Общебит» стремится обслуживать как людей, желающих просто путешествовать по сети Internet под руководством инструктора, так и опытных компьютерных энтузиастов. Более того, кафе должно стать центром притяжения как для местных жителей, так и для путешествующих профессионалов, которые хотят проверить содержимое электронных почтовых ящиков в дружелюбной атмосфере. Эти люди могут либо воспользоваться персональными компьютерами, установленными в Internet-кафе, либо подключить в сеть свои собственные ноутбуки. Целевой рынок Internet-кафе образуют люди разных возрастов.

4.2.1. Потребности рынка

Привычки наших посетителей, а также данные прошлых лет, гарантируют сохранение высокого спроса на кафе в течение следующих пяти лет. Быстрый рост сети Internet и систем интерактивных услуг, происходящий во всем мире, стимулирует появление экономики, основанной на инфраструктуре Internet. Правда, в настоящее время этот вид экономики лишь только зарождается. Потенциальный рост сети Internet поражает воображение. Со временем компьютерный терминал с выходом в сеть станет элементом интерьера любой телефонной будки. Возможно, это станет реальностью через 10–20 лет, однако на протяжении предстоящих пяти лет компании, обеспечивающие выход в Internet, будут испытывать колоссальный рост. Став первым Internet-кафе в городе, компания ООО «Общебит» может воспользоваться всеми преимуществами первопроходца, завоевав признание и лояльность посетителей. В настоящее время компании принадлежат 100% местного рынка Internet-кафе. В течение следующих пяти лет на этом рынке появятся конкуренты. Компания поставила перед собой цель сохранить за собой не менее 50% этого рынка.

4.2.2. Тенденции рынка

В ходе исследования рынка, проведенного осенью 2005 г., было опрошено 50 потенциальных клиентов. В итоге были получены следующие результаты.

- 35 респондентов сказали, что они хотели бы иметь доступ к сети Internet.
- Большинство опрошенных считают, что наиболее приемлемая цена за доступ к Internet равна 25 руб./час
- 25 респондентов заявили, что регулярно используют сеть Internet.

4.3. Состояние индустрии

Поставки кофе в нашем городе в течение десяти лет росли очень быстро и достигли стадии насыщения. Большой спрос на хороший кофе обусловлен следующими обстоятельствами. Во-первых, основными потребителями кофе являются студенты университета. Во-вторых, росту спроса на кофе способствует холодный и сырой климат. В-третьих, на северо-западе появилась мода на хороший кофе и специальные напитки.

Популярность сети Internet растет со скоростью геометрической прогрессии. Те, кто испытал современную скорость передачи информации по сети, может оценить прелесть путешествий по Web-сайтам. Тем, кто еще никогда не работал в сети Internet, нужна приятная и благожелательная атмосфера, в которой они могли бы осваивать новые технологии. Компания ООО «Общебит» стремится предоставить своим клиентам неограниченный доступ к сети Internet и обеспечить качественную поддержку их работы и обучения.

С учетом острой конкуренции владельцы кафе должны стремиться выделиться среди остальных соперников. Основатели кафе понимают необходимость дифференциации и абсолютно уверены, что ключом к успеху является сочетание хорошего кофе и полный спектр услуг, связанных с доступом к сети Internet. Поскольку в Энске еще не было ни одного Internet-кафе, перед владельцами кафе открываются широкие возможности.

4.3.1. Участники рынка

В г. Энск функционируют 16 оптовых поставщиков кофе. Они распределяют свой товар среди 20 розничных торговцев. Конкуренция между обоими каналами

распределения создает чрезвычайно напряженную обстановку в сфере ценообразования. Некоторые оптовые компании занимаются как оптовой, так и розничной торговлей кофе.

В г. Энске работают восемь провайдеров Internet-услуг. Эти компании невелики и придерживаются самых разнообразных правил ценообразования. Некоторые взимают с клиентов ежемесячную плату, а другие требуют почасовую оплату или оплату телефонных звонков. Независимо от способа оплаты доступ к сети Internet через одну из этих фирм слишком дорог. Кроме мелких фирм на рынке Internet-услуг действуют более крупные провайдеры. Однако их услуги также довольно дороги. Поскольку пользователи не всегда нуждаются в постоянном доступе к Internet, они не торопятся заключать с провайдерами контракты.

4.3.2. Виды распределения

Двойственная природа Internet-кафе порождает двойную конкуренцию. Компания конкурирует не только с обычными кафе, но и с поставщиками Internet-услуг. Хорошая новость заключается в том, что в настоящее время Internet-кафе Общебит является единственным на территории района. Однако в регионе существуют три Internet-кафе: одно — в Энске, а два других — в Эмске.

Напряженная конкуренция среди розничных торговцев кофе создала в этой области ситуацию, в которой все фирмы торгуют по одинаковым ценам. Между ценой и качеством кофе существует прямая зависимость. Некоторые сорта кофе продаются по цене 8 руб. за 100 гр., а другие, более экзотические сорта, могут продаваться и по 16 руб. за 100 гр. Оптовые торговцы кофе устанавливают скидки, которые достигают 50%. Например, 100 гр. суматранского кофе у оптовых торговцев стоит 6,95 руб., а у розничных продавцов — 13,95 руб. Как и в большинстве других отраслей промышленности, при увеличении объемов поставок цены падают.

4.3.3. Основные конкуренты и поведение клиентов

Основными конкурентами на розничном рынке кофе являются компании Энская кофейня, Чашка кофею и Братья Кузнецовы. Эти компании действуют в г. Энсск и нацелены на тот же рыночный сегмент, что и компания ООО «Общебит» (т.е. на образованную и мобильную часть населения).

Конкуренция в сфере предоставления Internet-услуг в г. Энске протекает между восемью местными фирмами и общенациональными компаниями. Количество компаний, функционирующих в этой сфере, будет постоянно расти. Кроме того, общенациональные компании также будут все глубже внедряться на местные рынки. Особенности Internet лишь способствуют глобальной конкуренции.

5. Стратегия и реализация

Компания ООО «Общебит» разработала три стратегии.

Первая стратегия компании Общебит направлена на привлечение новых клиентов. Для этого компания будет нанимать компетентных сотрудников, организовывать справочную службу и курсы по работе с Internet и электронной почтой.

Вторая стратегия направлена на привлечение опытных пользователей Internet. Для этого необходимо поддерживать современный уровень компьютерной технологии, обеспечивать услуги по сканированию и печати документов, а также доступ к мощным компьютерным программам.

Третья стратегия направлена на создание социальной среды среди посетителей. Эта среда будет обеспечивать привлечение клиентов, которые при других обстоятельствах не стали бы работать в сети. Придя в кафе, эти посетители, помимо обычных услуг, смогут развлечься в сети Internet.

5.1. Стратегия

Стратегия компании предусматривает следующие мероприятия.

5.1.1. Привлечение новичков

Первая стратегия направлена на привлечение новых клиентов. Для этого нам необходимо сделать следующее.

- Создание дружелюбной атмосферы. Компания будет нанимать компетентных сотрудников, основной задачей которых будет обслуживание клиентов.
- Организация справочной службы. Если у клиента есть вопрос или жалоба, сотрудник кафе должен помочь ему решить проблему.
- Организация курсов по работе с Internet и электронной почтой. Эти курсы предназначены для обучения новичков работе с основными компьютерными программами и системами.

5.1.2. Привлечение опытных пользователей Internet

Вторая стратегия направлена на привлечение опытных пользователей Internet. Для этого необходимо сделать следующее.

- Поддерживать современный уровень компьютерной технологии.
- Обеспечение услуг по сканированию и печати документов.
- Обеспечение доступа к мощным компьютерным программам.

5.1.3. Создание социальной среды

Третья стратегия направлена на создание социальной среды среди посетителей. Эта среда будет обеспечивать привлечение клиентов, которые при других обстоятельствах не стали бы работать в сети. Придя в кафе, эти посетители, помимо обычных услуг, смогут развлечься в сети Internet.

5.2. Предложение

Кафе стремится выделиться в среде обычных кафе. Одновременно с хорошим кофе и вкусными кондитерскими изделиями кафе Общебит планирует предоставлять своим посетителям Internet-услуги и создавать комфортабельную обстановку для общения.

5.3. Маркетинговая стратегия

Компания ООО «Общебит» позиционирует себя как комфортабельное кафе и поставщика Internet-услуг одновременно. Она планирует продавать высококачественный кофе и кофейные напитки по конкурентоспособной цене. Поскольку в г. Энсковольно много обычных кафе, компании необходимо установить правильную цену на кофе. Компания будет рекламировать себя через несколько каналов: местные газеты, радиостанции и телеканал. Кроме того, компания будет выпускать купоны на бесплатный доступ к сети Internet для новичков, нуждающихся в обучении.

5.3.1. Себестоимость

Данные о себестоимости товаров и услуг приведены в табл. 3.

Таблица 3. Себестоимость товаров и услуг

Себестоимость			
Товар	2007	2008	2009
Доступ в интернет	100,00р.	150,00р.	200,00р.
Кофе	15,00р.	20,00р.	25,00р.
Кондитерские изделия	30,00р.	40,00р.	50,00р.
Обучение	300,00р.	350,00р.	400,00р.
Общая себестоимость	445,00р.	560,00р.	675,00р.

5.3.2. Ценообразование

Устанавливая цены, компания ООО «Общебит» руководствуется ценами на кофе и специальные напитки, перечисленными в справочнике Кофе-Чай, издаваемом компанией Братья Кузнецовы. Эта компания занимается кофейным бизнесом 22 года и разработала надежную ценовую стратегию.

Оценить стоимость интерактивных услуг более сложно, поскольку в нашем районе нет других Internet-кафе. По этой причине, устанавливая почасовую цену на свои интерактивные услуги, компания учитывает три источника информации. Во-первых, она учитывает цены на услуги других поставщиков Internet-услуг, таких как компания

Телеком. Поставщики Internet-услуг используют разные схемы ценообразования. Некоторые из них взимают ежемесячную плату, а другие устанавливают почасовую оплату. Кроме того, некоторые поставщики используют комбинацию этих ценовых стратегий. Вследствие этого их расценки очень быстро становятся слишком высокими. Во-вторых, компания анализирует цены на услуги Internet-кафе, действующих на других рынках, в частности, в городах Энгс и Эмс. В-третьих, компания использует результаты исследования рынка, проведенного осенью 2005 г. Оценка этой информации привела компанию ООО «Общебит» к окончательной цене — 250 руб. за час.

5.3.3. Стратегия продвижения

В течение первого года компания планирует затратить на укрепление торговой марки и расширение контингента постоянных посетителей почти 500 000 руб. Маркетинговые усилия будут направлены на освоение местного рынка. Вся маркетинговая кампания будет проведена в течение 2006 г. и должна привести к повышению прибыли от продаж примерно на 10%. Затраты на маркетинг составляют около 20% совокупного объема продаж. В частности, в программу действий входят следующие маркетинговые акции: размещение рекламы на местном телевидении, распространение печатной рекламы, размещение рекламных объявлений в местных газетах, размещение рекламы в передачах местных радиостанций, специальные мероприятия в кафе.

5.4. Стратегия продаж

Будучи розничной компанией, кафе ООО «Общебит» должна нанять большое количество людей для осуществления продаж. Для сотрудников компании понадобится большое количество компьютерной литературы. Если при найме на работу сотрудник не обладает достаточным запасом знаний, то для него будет организован курс обучения. Кроме того, постоянный сотрудник будет заниматься обслуживанием клиентов и решением их проблем при работе с сетью Internet.

5.4.1. Прогноз продаж

Прогноз ежемесячных продаж приводится в табл. 4.

Таблица 4. План продаж

План продаж			
	2007	2008	2009
Доступ в интернет	500 000,00р.	1 000 000,00р.	2 500 000,00р.
Кофе	750 000,00р.	1 500 000,00р.	2 250 000,00р.
Кондитерские изделия	1 500 000,00р.	3 000 000,00р.	4 500 000,00р.
Обучение	15 000 000,00р.	30 000 000,00р.	40 000 000,00р.
Совокупный объем продаж	17 750 000,00р.	35 500 000,00р.	48 250 000,00р.
Затраты на продажи			
	2007	2008	2009
Доступ в интернет	250 000,00р.	350 000,00р.	450 000,00р.
Кофе	250 000,00р.	300 000,00р.	400 000,00р.
Кондитерские изделия	500 000,00р.	500 000,00р.	500 000,00р.
Обучение	5 000 000,00р.	6 000 000,00р.	7 000 000,00р.
Общие затраты на продажи	6 000 000,00р.	7 150 000,00р.	8 350 000,00р.

5.5. Календарный план

Контрольные отметки указаны в табл. 5 и на диаграмме. Ответственность за выполнение мероприятий лежит на Сергее Сеницыне.

òðŕëüŕüâ òìàâ

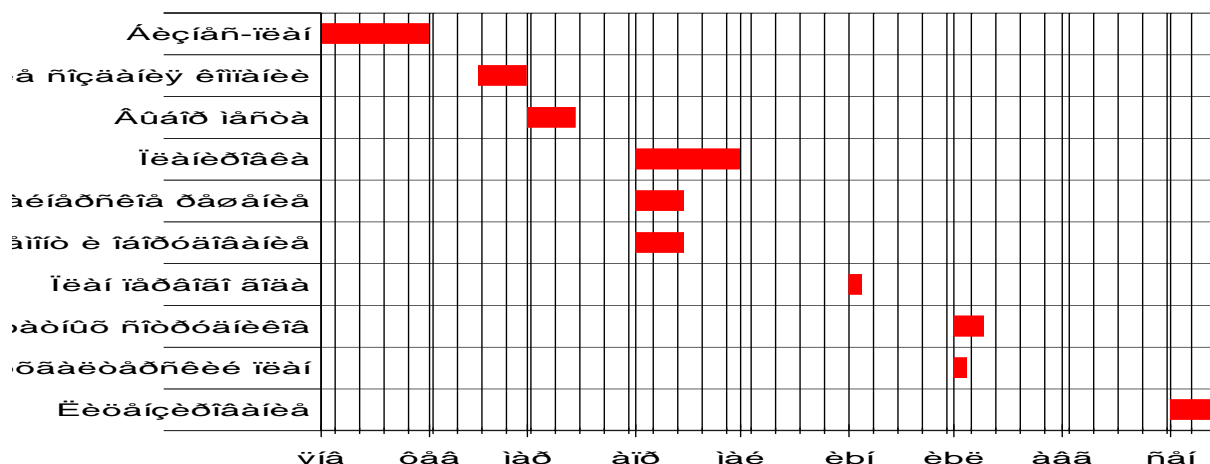


Таблица 5. Контрольные отметки

Контрольные отметки	План					
		Начало	Конец	Смета, руб.	Менеджер	Отдел
Бизнес-план		15.1.07	1.2.07	100 000	Синицын	Административный
Финансирование создания компании		15.1.07	1.2.07	100 000	Синицын	Административный
Выбор места		1.2.07	10.2.07	100 000	Синицын	Административный
Планировка		1.2.07	10.2.07	100 000	Синицын	Административный
Дизайнерское решение		1.4.07	10.4.07	100 000	Синицын	Административный
Ремонт и оборудование		1.1.07	5.1.07	100 000	Синицын	Административный
План первого года		15.1.07	1.2.07	100 000	Синицын	Административный
Набор штатных сотрудников		15.1.07	16.1.07	100 000	Синицын	Административный
Бухгалтерский план		1.3.07	1.4.07	100 000	Синицын	Административный
Лицензирование		1.3.07	1.4.07	100 000	Синицын	Административный
Всего, руб.				1 000 000		

6. Резюме менеджмента

Компания принадлежит Сергею Синицыну. Он же осуществляет управление компанией. Поскольку компания невелика, она имеет весьма простую организационную структуру.

6.1. Организационная структура

Штат компании будет состоять из четырех специалистов по компьютерам, работающих по 30 часов в неделю с зарплатой 6 000, 8 000, 10 000 и 12 000 руб. в месяц. Кроме того, в компании будет работать один технический специалист, способный осуществить мелкий ремонт. Его рабочая неделя будет длиться 40 часов с оплатой 30 000 руб. в месяц. Три инвестора, Леонид Птицын, Иван Лисицын и Вадим Куницын, не будут принимать участия в принятии административных решений. Такая организационная

структура компании обеспечивает большую гибкость и позволяет быстро принимать решения. По мере развития компании эта структура может измениться.

Таблица 6. Штатное расписание

Персонал	Затраты на штат		
	2007	2008	2009
Специалист по компьютерам 1	6 000,00р.	6 000,00р.	6 000,00р.
Специалист по компьютерам 2	8 000,00р.	8 000,00р.	8 000,00р.
Специалист по компьютерам 3	10 000,00р.	10 000,00р.	10 000,00р.
Специалист по компьютерам 4	12 000,00р.	12 000,00р.	12 000,00р.
Технический специалист	30 000,00р.	30 000,00р.	30 000,00р.
Продавец	20 000,00р.	20 000,00р.	20 000,00р.
Менеджер	30 000,00р.	30 000,00р.	30 000,00р.
Всего:	116 000,00р.	116 000,00р.	116 000,00р.

7. Финансовый план

Продажи. Прогнозные оценки компании Общебит получены на основе информации о ценах на кофе, предоставленной фирмой Братья Кузнецовы. Для вычисления прибыли за счет продаж Internet-услуг сначала было вычислено количество часов, в течение которых компьютерный терминал может активно работать, а затем примерное количество часов, в течение которых он может быть занят посетителями кафе.

Стоимость товаров. Стоимость товаров, сопутствующих торговле кофе, основана на оценках, предоставленных Кондитерской ассоциацией. Себестоимость одного кулинарного изделия равна 20% его цены. Стоимость доступа в сеть Internet равна 100 руб. за сеанс. Себестоимость услуг электронной почты равна 25% ее цены.

Фиксированные издержки. Компания понесет следующие фиксированные издержки, связанные с ее созданием: 11 компьютеров — 275 тыс. руб., два принтера — 15 тыс. руб., один сканер — 7,5 тыс. руб., одна кофеварка — 50 тыс. руб., одна кофемолка — 25 тыс. руб., два прилавка — 10 тыс. руб., одно информационное табло — 25 тыс. руб., одна стойка бара — 10 тыс. руб., 16 табуретов — 20 тыс. руб., 6 компьютерных столов — 30 тыс. руб., канцелярские товары — 10 тыс. руб., два телефона — 15 тыс. руб., затраты на декорации — 25 тыс. руб., затраты на установку освещения — 25 тыс. руб.

Зарплата сотрудников. Компания ООО «Общебит» планирует нанять четыре специалиста по компьютерам, получающих 6 000, 8 000, 10 000 и 12 000 руб. в месяц соответственно, и одного технического специалиста, получающего 30 000 руб. в месяц. Общие затраты на оплату работы пяти сотрудников в течение первого года составят 66 600 руб. в месяц.

Аренда. Компания арендует 2 000 кв. м. по цене 95 руб. за кв. м. В соответствии с договором об аренде компания выплачивает по 190 тыс. руб в месяц на протяжении 36 месяцев. В конце третьего года договор становится предметом переговоров, и компания может либо продлить, либо отказаться от аренды в соответствии с намерениями арендодателя.

Коммунальные услуги. Как указано в контракте, оплата за коммунальные услуги, включая газ и сборку мусора, а также выплата налогов на недвижимость возложена на арендодателя. Единственной коммунальной услугой, которую должен оплачивать арендатор, является телефон. Компания должна оплачивать соединения по 15 телефонным линиям, из них 13 соединены модемами, а две — с обычными телефонами для деловых переговоров. Оплата каждой телефонной линии составляет 1 500 руб. в месяц. Линии, соединенные с модемами, будут обеспечиваться местным провайдером. В итоге их месячная оплата составит 22 500 руб. Ежемесячная оплата двух дополнительных линий для деловых переговоров составит 2 500 руб. плюс оплата за междугородние переговоры. Компания Общебит предполагает, что оплата телефонных линий не превысит 4 тыс. руб. в месяц. Следовательно, общие затраты на ведение деловых переговоров не превысят

10 000 руб. в месяц, а общие затраты на оплату телефонных звонков — 30 000 руб. в месяц.

Расходы на маркетинг. Компания ООО «Общебит» выделяет 500 тыс. руб. на проведение рекламы. Эти деньги должны пойти на оплату рекламных объявлений в местных газетах.

Страховка. На протяжении первого года компания выделяет на страхование 144 тыс. руб. По мере роста доходов во втором и третьем годах расходы на страхование будут увеличиваться.

Оплата юридических услуг и консультаций. Стоимость юридических консультаций равна 100 тыс. руб.

Амортизация. Для оценки амортизации оборудования компания использует стандартные нормативы. Срок амортизации компьютеров равен пяти годам, а осветительного оборудования — семи.

Налоги. Компания является обществом с ограниченной ответственностью. Однако социальные начисления на зарплату составляют 34%.

Счета к оплате. Компания взяла банковский кредит в размере 1,15 млн. руб. под 10% годовых. Заем будет выплачиваться ежемесячными взносами в течение трех лет. Краткосрочный кредит в размере 1,21 млн. руб. был взят под 8% годовых.

7.1. Плановый баланс

Плановый баланс продемонстрирован в табл. 7.

Таблица 7. Плановый баланс

Плановый баланс				
Активы				
	2007	2008	2009	Изменение в значении
Денежные средства	500 000,00р.	600 000,00р.	700 000,00р.	200 000,00р.
Ценные бумаги	837 963,00р.	887 950,00р.	988 552,00р.	150 589,00р.
Дебиторская задолженность	897 347,00р.	1 295 431,00р.	1 500 548,00р.	603 201,00р.
Товарно-материальные запасы	987 376,00р.	987 376,00р.	990 590,00р.	3 214,00р.
Другие текущие активы	10 000,00р.	15 000,00р.	20 000,00р.	10 000,00р.
Общие текущие активы	3 232 686,00р.	3 785 757,00р.	4 199 690,00р.	
Недвижимость и оборудование	542 500,00р.	542 500,00р.	542 500,00р.	0,00р.
Минус накопленные амортизационные отчисления	50 000,00р.	50 000,00р.	50 000,00р.	0,00р.
Чистая недвижимость и оборудование	492 500,00р.	492 500,00р.	492 500,00р.	0,00р.
Нематериальные активы	50 000,00р.	78 500,00р.	90 000,00р.	40 000,00р.
Другие активы	10 000,00р.	20 000,00р.	20 000,00р.	10 000,00р.
Общие активы	3 785 186,00р.	4 377 662,00р.	4 803 095,00р.	
Обязательства и капитал акционеров				
Краткосрочные обязательства	500 000,00р.	600 000,00р.	700 000,00р.	200 000,00р.
Кредиторская задолженность	400 000,00р.	500 000,00р.	600 000,00р.	200 000,00р.
Налог на прибыль к уплате	100 000,00р.	150 000,00р.	200 000,00р.	100 000,00р.
Начисленные расходы	100 000,00р.	120 000,00р.	150 000,00р.	50 000,00р.
Другие текущие обязательства	300 000,00р.	300 000,00р.	300 000,00р.	0,00р.
Общие текущие обязательства	1 400 000,00р.	1 670 000,00р.	1 950 000,00р.	

Долгосрочные обязательства	500 000,00р.	500 000,00р.	500 000,00р.	0,00р.
Другие долгосрочные обязательства	100 000,00р.	100 000,00р.	100 000,00р.	0,00р.
Общие обязательства	2 000 000,00р.	600 000,00р.	600 000,00р.	
Обычные акции	1 500 000,00р.	1 500 000,00р.	1 500 000,00р.	0,00р.
Займы	285 186,00р.	607 662,00р.	753 095,00р.	467 909,00р.
Общий капитал акционеров	1 785 186,00р.	2 107 662,00р.	2 253 095,00р.	467 909,00р.
Общие обязательства и капитал акционеров	3 785 186,00р.	4 377 662,00р.	4 803 095,00р.	1 017 909,00р.

7.2. Прогноз прибылей и убытков

В следующем году мы ожидаем значительного увеличения доходности благодаря освоению новых каналов сбыта. Мы надеемся в 2007 году достичь прибыльности на уровне 70% от общего объема продаж и поддерживать ее в дальнейшем.

Таблица 8. План прибылей и убытков

План прибылей и убытков			
	2007	2008	2009
Чистая выручка от реализации продукции	17 750 000,00р.	35 500 000,00р.	49 250 000,00р.
Себестоимость реализованной продукции	445,00р.	560,00р.	675,00р.
Валовая прибыль	17 749 555,00р.	35 499 440,00р.	49 249 325,00р.
Общие расходы	6 116 000,00р.	7 266 000,00р.	8 416 000,00р.
Амортизация	10 000,00р.	20 000,00р.	30 000,00р.
Общие операционные расходы	6 126 000,00р.	7 286 000,00р.	8 446 000,00р.
Операционная прибыль	11 623 555,00р.	28 213 440,00р.	40 803 325,00р.
Расходы на уплату процентов	135 000,00р.	165 000,00р.	195 000,00р.
Другие неоперационные расходы	10 000,00р.	30 000,00р.	20,00р.
Общие неоперационные расходы	145 000,00р.	195 000,00р.	195 020,00р.
Прибыль до уплаты налога на прибыль	11 478 555,00р.	28 018 440,00р.	40 608 305,00р.
Налог на прибыль	5 324 866,50р.	10 649 832,00р.	14 774 797,50р.
Чистая прибыль	6 153 688,50р.	17 368 608,00р.	25 833 507,50р.

7.3. Денежные потоки

План движения денежных потоков представлен в табл. 9.

Таблица 9. План движения денежных потоков

План движения денежных средств	
Денежные потоки от операционной деятельности	
Чистая прибыль	25 833 507,50р.
Приведение в соответствие чистой прибыли и чистого денежного потока от операционной деятельности:	
Амортизация	30 000,00р.
Изменения в активах и обязательствах	
Увеличение дебиторской задолженности	603 201,00р.
Увеличение товарно-материальных запасов	3 214,00р.
Увеличение кредиторской задолженности	200 000,00р.

Изменение других активов	10 000,00р.
Чистый денежный поток от операционной деятельности	26 679 922,50р.
Денежные потоки от инвестиционной деятельности	
Капитальные затраты	1 000 000,00р.
Покупка ценных бумаг	500 000,00р.
Другое	0,00р.
Чистый денежный поток от инвестиционной деятельности	1 500 000,00р.
Денежные потоки от финансовой деятельности	
Чистое увеличение долгосрочных займов	1 000 000,00р.
Выплаченные дивиденды	0,00р.
Чистый денежный поток от финансовой деятельности	1 000 000,00р.
Чистое увеличение (уменьшение) денежных средств	29 179 922,50р.
Денежные средства в начале плана	500 000,00р.
Денежные средства в конце плана	700 000,00р.

7.4. Анализ безубыточности

Результаты анализа, включая месячное количество заказов и их объемы, обеспечивающие безубыточность, приведены в табл. 10.

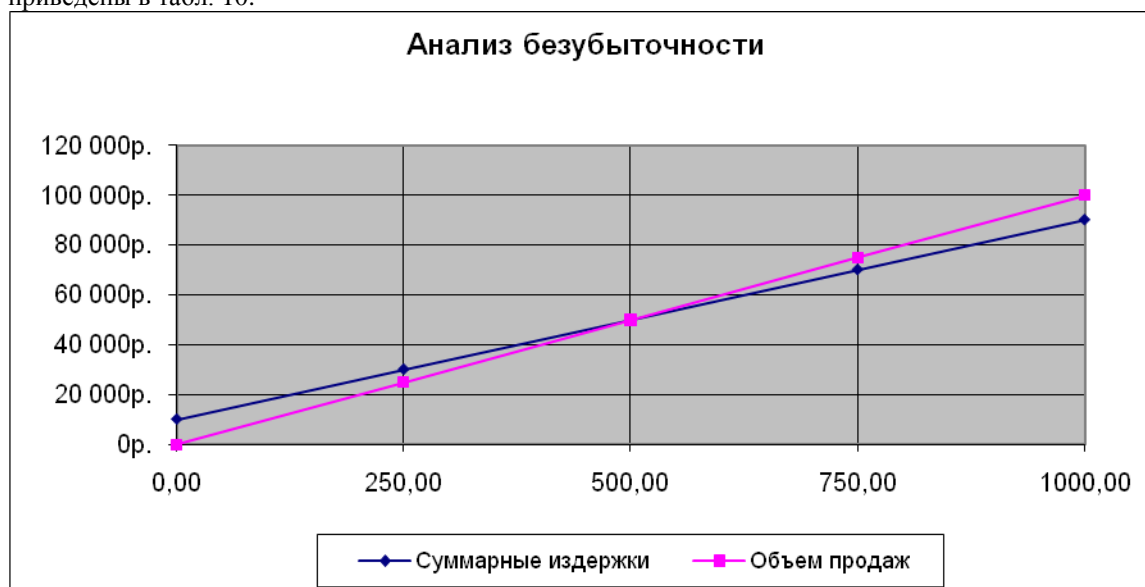


Таблица 10. Анализ безубыточности

Анализ безубыточности	
Безубыточный объем продаж, шт.	500
Безубыточный объем продаж, руб.	50 000р.

Предположения:	
Отпускная цена	100,00р.
Переменные затраты	80,00р.
Фиксированные затраты	10 000,00р.

7.5. Финансовые показатели

Финансовые показатели перечислены в табл. 11

Таблица 1.11. Основные показатели

Название	Как считать	Результат
----------	-------------	-----------

Рентабельность собственного капитала	Чистая прибыль/Общий капитал акционеров	1366,71%
Рентабельность продаж	Чистая прибыль/Чистая выручка от реализации продукции	52,45%
Рентабельность активов	Рентабельность продаж X Оборачиваемость активов ИЛИ Чистая прибыль/Общие активы	581,81%
Валовая маржа	Валовая прибыль/Чистая выручка от реализации продукции	100,00%
Оборачиваемость товарно-материальных запасов	Себестоимость реализованной продукции/Товарно-материальные запасы на конец года	0,00
Средний период инкассирования	(Дебиторская задолженность/Чистая выручка от реализации продукции)*365	11,12
Оборачиваемость кредиторской задолженности	(Кредиторская задолженность/Себестоимость реализованной продукции)*365	324 444,44
Оборачиваемость основных активов	Чистая выручка от реализации продукции/Чистая недвижимость и оборудование	380,02
Отношение задолженности к активам	Суммарные обязательства/Общие активы	13,51%
Коэффициент текущей ликвидности	Общие текущие активы/Общие текущие обязательства	2,15
Коэффициент мгновенной ликвидности (“кислотный тест”)	(Общие текущие активы - Товарно-материальные запасы)/Общие текущие обязательства	1,65

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Разделы и темы	Часы самостоятельной работы	Виды самостоятельной работы
Тема 1. Прогнозирование и планирование в условиях рынка	16	<i>Теоретическая подготовка к практическому занятию Подготовка докладов, рефератов Составление тестовых заданий</i>
Тема 2. Сущность и содержание бизнес-планирования на предприятии	15	<i>Теоретическая подготовка к практическому занятию Подготовка докладов, рефератов Составление тестовых заданий</i>
Тема 3. Резюме бизнес-плана	15	<i>Теоретическая подготовка к практическому занятию Подготовка докладов, рефератов Составление тестовых заданий</i>
Тема 4. Исследование и анализ рынка, план маркетинга	15	<i>Теоретическая подготовка к практическому занятию Подготовка докладов, рефератов Составление тестовых заданий Разработка бизнес-плана</i>
Тема 5. Составление плана производства и организационного плана	15	<i>Теоретическая подготовка к практическому занятию Подготовка докладов, рефератов Составление тестовых заданий Разработка бизнес-плана</i>
Тема 6. Финансовый план и оценка рисков	15	<i>Теоретическая подготовка к практическому занятию Подготовка докладов, рефератов Составление тестовых заданий</i>

		<i>Разработка бизнес-плана</i>
Тема 7. Форма представления бизнес-плана	15	<i>Теоретическая подготовка к практическому занятию Подготовка докладов, рефератов Составление тестовых заданий Разработка бизнес-плана</i>
Тема 8. Экспертиза бизнес-плана	15	<i>Теоретическая подготовка к практическому занятию Подготовка докладов, рефератов Составление тестовых заданий</i>
Подготовка к экзамену	9	<i>Подготовка к экзамену и защите бизнес-плана</i>
Всего часов	130=121+9	

Вопросы к экзамену

1. Рыночная экономика и объективная необходимость планирования на макро- и микроуровнях.
2. Система планирования в условиях рынка как основной метод и составная часть управления экономикой.
3. Прогнозирование в рыночной экономике: понятие, содержание, роль и значение; взаимосвязь прогнозирования и планирования.
4. Роль и место планирования в управлении предприятием.
5. Планирование как наука и вид экономической деятельности.
6. Сущность и структура объектов планирования. Предмет планирования.
7. Экономический механизм управления предприятия.
8. Система планов: перспективное, среднесрочное, текущее планирование.
9. Бизнес-план предприятия.
10. Планирование как инструмент для обеспечения динамичного развития бизнеса.
11. Планируемая стратегия фирмы: вход на рынок или его развитие через анализ факторов, условий, слабых мест в действиях конкурентов.
12. Описание отрасли экономической деятельности и рынка сбыта, его структуры, емкости, темпов роста.
13. Анализ конкурентных преимуществ собственного бизнеса.
14. Прогноз финансовых результатов. Требуемая сумма инвестиций.
15. Особенности структуры резюме бизнес-плана нового и действующего бизнеса. Примерная форма резюме.
16. Прогноз конъюнктуры рынка. Современное состояние и тенденции макроэкономических процессов в инвестиционной сфере.
17. Прогноз коммерческой деятельности анализируемых фирм-конкурентов.
18. Общая стратегия маркетинга: рыночная стратегия бизнеса, описание и анализ особенностей потребительского рынка, влияние внешних факторов на объем и структуру сбыта.
19. Анализ продаж за предшествующий период. Сегментация рынка. Определение емкости рынка.
20. Прогноз развития рынка. Планирование ассортимента. Оценка конкурентоспособности товара. Планирование цены. Прогнозирование величины продаж.
21. Разработка собственной ценовой политики фирмы, а также сравнение с ценовой стратегией конкурентов.
22. Анализ системы ценовых скидок как инструмента стимулирования реализации.

23. Сравнительный анализ эффективности методов реализации.
24. Структура собственной торговой сети.
25. Политика по послепродажному обслуживанию и предоставление гарантий.
26. Реклама и продвижение товара на рынок.
27. Производственный цикл. Производственные мощности. Их роль в совершенствовании бизнеса.
28. Развитие производственных мощностей за счет приобретения и аренды.
29. Структура и показатели производственной программы. Анализ выполнения плана производства.
30. Анализ портфеля заказов. Расчет производственной мощности. Планирование выпуска продукции. Планирование выполнения производственной программы.
31. Собственность и ее роль в организации бизнеса.
32. Организационно-правовые формы предпринимательства в соответствии с Гражданским кодексом РФ.
33. Экономическое обоснование создания, реорганизации предприятия.
34. Организационная структура, экономическое обоснование и оценка эффективности.
35. Управленческая команда и персонал. Планирование потребности в персонале.
36. Планирование трудоемкости производственной программы. Расчет и анализ баланса рабочего времени. Планирование производительности труда.
37. Состав средств на оплату труда. Анализ фонда заработной платы. Планирование фонда заработной платы.
38. Планирование снижения себестоимости продукции. Планирование сметы затрат на производство продукции.
39. Цели, задачи и функции финансового планирования.
40. Содержание финансового плана. Анализ финансового положения. Планирование доходов и поступлений. Планирование расходов и отчислений.
41. Привлечение кредитов и анализ их эффективности. Источники финансирования ресурсов предприятия и их соотношение.
42. Анализ эффективности инвестиций. Срок полного возврата вложенных средств и получение дохода от них.
43. Составление графика безубыточности по материалам бизнес-плана. Баланс доходов и расходов фирмы.
44. Хозяйственный риск: сущность, место и роль в планировании.
45. Виды потерь и риска: материальные, трудовые, финансовые, времени. Внешние и внутренние риски.
46. Показатели риска и методы его оценки.
47. Методы снижения риска: страхование, поручительство, распределение риска, резервирование средств.
48. Анализ и планирование риска. Методы анализа.
49. Цель и назначение бизнес-плана в системе управления фирмой. Задачи и преимущества использования бизнес-плана.
50. Типология бизнес-планов. Основные области применения бизнес-плана. Принципы разработки бизнес-плана.

Темы рефератов

1. Особенности планирования бизнеса в рыночной экономике.
2. Планирование инвестиционных проектов.
3. Роль и функции бизнес-плана в рыночной экономике.
4. Виды бизнес-планов и их содержание.
5. Общая схема разработки бизнес-плана. Организация бизнес-планирования.
6. Исходные данные для бизнес-планирования.
7. Структура типового бизнес-плана. Краткое содержание разделов бизнес-плана.

8. Особенности бизнес-плана текущей деятельности, инвестиционного проекта, оказания услуг.
9. Описание отрасли, предприятия в бизнес-планах. Оценка конкурентоспособности предприятия.
10. Описание товара, услуги в бизнес-планах. Оценка конкурентоспособности товара.
11. Рыночные исследования в бизнес-планах. Методы определения спроса.
12. Рыночные исследования в бизнес-планах. Учет требований потребителей.
13. Рыночные исследования в бизнес-планах. Изучение конкурентов.
14. Рыночные исследования в бизнес-планах. Сегментация рынка.
15. Планирование маркетинговой деятельности предприятия.
16. Маркетинговый план. Политика цен, методы назначения цен.
17. Производственный план в инвестиционного проекта.
18. Организационный план инвестиционного проекта.
19. Организационная структура управления предприятиями.
20. Финансовый план инвестиционного проекта.
21. Калькуляция себестоимости планируемой к выпуску продукции.
22. Расчет денежных потоков инвестиционного проекта.
23. Показатели эффективности инвестиционных проектов, методика их определения.
24. Бюджетный эффект инвестиционного проекта, методика его оценки.
25. Методы учета рисков в бизнес-планах.
26. Социальный, технический, экологический или иной эффект бизнес-плана.
27. Компьютерные программы для разработки бизнес-плана.
28. Продвижение бизнес-плана.
29. Требования к бизнес-плану: принципиальные, к оформлению.
30. Способы повышения привлекательности бизнес-планов.

Темы докладов

1. Структура бизнес-плана, направления и преимущества его использования.
2. Оценка конкурентоспособности товара и фирмы.
3. Оценка риска и лимитирующих факторов в бизнес-плане.
4. Стратегия достижения безубыточности хозяйствующего субъекта.
5. Выбор эффективной методики ценообразования.
6. Стратегия маркетинга в бизнес-плане.
7. Стратегия финансирования деятельности хозяйствующего субъекта.
8. Основные этапы формирования цены различных видов активов.
9. Факторы влияния на изменение цены в конкурентной среде.
10. Стратегия ценообразования: возможные варианты.
11. Методика учета инфляции в ценообразовании.
12. Методы определения потребности в оборотных средствах.
13. Пути и методы ускорения оборачиваемости оборотных средств.
14. Механизм установления рыночной цены в конкурентной среде.
15. Схема оценки конкурентоспособности предприятия (товара, услуги, идеи).
16. Основные признаки и формы бизнеса.
17. Характеристика внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность фирмы.
18. Сущность, содержание и виды рисков. Идентификация рисков.
19. Определение потребности в трудовых ресурсах для реализации бизнес-плана.
20. Реклама и рекламная компания в бизнес-плане.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Компетенция	Этапы формирования (семестр)	Дисциплины, практики, НИР, ГИА	Критерии	Показатели (по уровням)
<p>ПК-7 владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ</p>	<p align="center">7</p>	<p>Б1.В.06 Бизнес – планирование</p>	<p>Знаниевый</p>	<p>«отлично»: знает - алгоритм поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, основы координации деятельности исполнителей в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;</p> <p>«хорошо»: в целом знает – алгоритм поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, основы координации деятельности исполнителей в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;</p> <p>«удовлетворительно»: знает в неполном объеме - алгоритм поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, основы координации деятельности исполнителей в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;</p> <p>«неудовлетворительно»: не знает - алгоритм поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, основы координации деятельности исполнителей в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.</p>

			<p>Деятельностный</p>	<p>«отлично»: умеет - осуществлять поэтапный контроль реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов; координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента;</p> <p>владеет - навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;</p> <p>«хорошо»: в целом умеет - осуществлять поэтапный контроль реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов; координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента;</p> <p>в целом владеет – навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;</p> <p>«удовлетворительно»: умеет в неполном объеме - осуществлять поэтапный контроль реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и</p>
--	--	--	------------------------------	---

				<p>контрактов; координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента;</p>
--	--	--	--	---

в неполном объеме владеет – навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;

«не удовлетворительно»: не умеет - осуществлять поэтапный контроль реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов; координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента;

не владеет - навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА (ПРИМЕРЫ)

I. Перечень тем, требования к реферату, критерии оценки

Темы рефератов

1. Особенности планирования бизнеса в рыночной экономике.
2. Планирование инвестиционных проектов.
3. Роль и функции бизнес-плана в рыночной экономике.
4. Виды бизнес-планов и их содержание.
5. Общая схема разработки бизнес-плана. Организация бизнес-планирования.
6. Исходные данные для бизнес-планирования.
7. Структура типового бизнес-плана. Краткое содержание разделов бизнес-плана.
8. Особенности бизнес-плана текущей деятельности, инвестиционного проекта, оказания услуг.
9. Описание отрасли, предприятия в бизнес-планах. Оценка конкурентоспособности предприятия.
10. Описание товара, услуги в бизнес-планах. Оценка конкурентоспособности товара.
11. Рыночные исследования в бизнес-планах. Методы определения спроса.
12. Рыночные исследования в бизнес-планах. Учет требований потребителей.
13. Рыночные исследования в бизнес-планах. Изучение конкурентов.
14. Рыночные исследования в бизнес-планах. Сегментация рынка.
15. Планирование маркетинговой деятельности предприятия.
16. Маркетинговый план. Политика цен, методы назначения цен.
17. Производственный план в инвестиционного проекта.
18. Организационный план инвестиционного проекта.
19. Организационная структура управления предприятиями.
20. Финансовый план инвестиционного проекта.
21. Калькуляция себестоимости планируемой к выпуску продукции.
22. Расчет денежных потоков инвестиционного проекта.
23. Показатели эффективности инвестиционных проектов, методика их определения.
24. Бюджетный эффект инвестиционного проекта, методика его оценки.
25. Методы учета рисков в бизнес-планах.
26. Социальный, технический, экологический или иной эффект бизнес-плана.
27. Компьютерные программы для разработки бизнес-плана.
28. Продвижение бизнес-плана.
29. Требования к бизнес-плану: принципиальные, к оформлению.
30. Способы повышения привлекательности бизнес-планов.

Требования к реферату

1. В качестве темы реферата студент по своему усмотрению выбирает одну из предложенных в перечне тем или совместно с преподавателем формулирует свою, но соответствующую программному материалу курса.

2. Структура реферата должна включать титульный лист (на титульном листе студент указывает название вуза, кафедры, полное наименование темы реферата, свою фамилию и инициалы, а также ученую степень, звание, фамилию и инициалы научного руководителя, год написания работы); содержание; введение, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы; основную часть, содержащую суть проблемы и пути ее решения; заключение, где формулируются выводы и предложения; библиографический список.

3. Реферат выполняется студентом самостоятельно. Изложение материала должно быть кратким, точным, последовательным. Необходимо употреблять термины, свойственные данной науке, избегать непривычных понятий и символов, сложных грамматических оборотов. Термины, отдельные слова и словосочетания допускается заменять принятыми текстовыми сокращениями, смысл которых ясен из контекста.

Рекомендуется включать в реферат схемы и таблицы, если они помогают раскрыть основное содержание проблемы и сокращают объем реферата. Приводимые в тексте цитаты должны быть точными, их необходимо давать в кавычках с обязательным указанием источника (автора, названия работы, издательства, года издания и номера страницы).

4. Объем реферата – от 5 до 10 страниц печатного текста. Требования к оформлению: шрифт Times New Roman, размер шрифта – 14, интервал – полуторный; поля: верхнее и нижнее – 2, правое – 3, левое – 1 или 1,5; сноски подстрочные. Страницы должны быть пронумерованы.

5. Реферат оценивается преподавателем по пятибалльной шкале. При получении отрицательной оценки работа отдается студенту на доработку и с учетом замечаний возвращается для повторной проверки.

Критерии оценки:

- полнота раскрытия темы;
 - соблюдение требований к структуре;
 - соблюдение требований к изложению материала;
 - соблюдение требований к оформлению и объёму реферата.
- «зачтено» - от 75 до 100% правильно выполненного задания;
- «не зачтено» - менее 75% правильно выполненного задания.

II. Перечень тем, требования к подготовке докладов, сообщений и критерии оценки

Темы докладов

1. Структура бизнес-плана, направления и преимущества его использования.
2. Оценка конкурентоспособности товара и фирмы.
3. Оценка риска и лимитирующих факторов в бизнес-плане.
4. Стратегия достижения безубыточности хозяйствующего субъекта.
5. Выбор эффективной методики ценообразования.
6. Стратегия маркетинга в бизнес-плане.
7. Стратегия финансирования деятельности хозяйствующего субъекта.
8. Основные этапы формирования цены различных видов активов.
9. Факторы влияния на изменение цены в конкурентной среде.
10. Стратегия ценообразования: возможные варианты.
11. Методика учета инфляции в ценообразовании.
12. Методы определения потребности в оборотных средствах.
13. Пути и методы ускорения оборачиваемости оборотных средств.
14. Механизм установления рыночной цены в конкурентной среде.
15. Схема оценки конкурентоспособности предприятия (товара, услуги, идеи).
16. Основные признаки и формы бизнеса.
17. Характеристика внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность фирмы.
18. Сущность, содержание и виды рисков. Идентификация рисков.
19. Определение потребности в трудовых ресурсах для реализации бизнес-плана
20. Реклама и рекламная компания в бизнес-плане.

Требования к подготовке докладов, сообщений и критерии оценки

Работа по подготовке устного выступления начинается с формулировки или выбора темы. Само выступление должно состоять из трех частей: вступления (10-15% общего времени), основной части (60-70%) и заключения (20-25%). После выступления нужно быть готовым к ответам на возникшие у аудитории вопросы. Регламент устного публичного выступления – не более 10 минут.

Задачи:

- собрать и изучить литературу по теме;
- составить план или графическую структуру сообщения;
- выделить основные понятия;
- ввести в текст дополнительные данные, характеризующие объект изучения;
- оформить текст письменно;
- озвучить в установленный срок.

Критерии и показатели оценки выступлений и докладов

Критерии	Показатели	Баллы (1 – «Да»; 0 – «Нет»)
Структура	Соответствие теме	1/0
	Собственная точка зрения на проблему	1/0
Логика и аргументация изложения материала	Раскрытие актуальности выбранной темы	1/0
	Аргументы логически структурированы	1/0
	Факты представлены точно	1/0
	Строгий критический анализ ключевых понятий (концепций)	1/0
Новизна	Оригинально и творчески	1/0
Стиль	Аккуратное письмо	1/0
	Концентрированный текст	1/0
Оформление (доклады)	Четко и хорошо оформленная работа	1/0
	Объём (от 1 до 2 стр. печатного текста)	1/0
Грамотность	Грамматически правильные предложения	1/0
	Нет орфографических ошибок	1/0
	Эффективное использование схем / таблиц для подтверждения аргументов	1/0
Источники	Адекватное использование источников	1/0

Количество Балов	Оценка
Более 10	отлично
8-10	хорошо
5-7	удовлетворительно
От 0 до 10	неудовлетворительно

III. Примерные тестовые задания и критерии оценки итогового теста по дисциплине

Промежуточные тесты

1) Входит ли в структуру бизнес-плана организационный и финансовый планы :

1. Да;
2. Нет;
3. Только организационный;
4. Только финансовый;
5. Только маркетинговый и план производства;

2) Проектирование организационной структуры управления предполагает планирование:

1. Управленческих групп;
2. Управленческих команд;
3. Связей между управленческими группами и командами;
4. Верно 1 и 2;

5. Все ответы верны

3) Выбрать верное утверждение.

А. Для реализации бизнес-плана важно, чтобы оргструктура управления соответствовала принятой стратегии и кадровой политике предприятия;

Б. Организационная структура управления не является основанием для разработки штатного расписания;

В. Организационная структура управления служит основанием для разработки штатного расписания;

1. Верно только А

2. Верно только Б

3. Верно только В

4. Верно А и Б

5. Верно А и В

4) Ключевые менеджеры это -

А. Менеджеры, занимающие основные руководящие посты;

Б. Менеджеры отвечающие за разработку концепции и стратегии компании;

В. Все менеджеры являются ключевыми;

1. Верно только А

2. Верно только Б

3. Верно только В

4. Верно А и Б

5. Все варианты верны

5) Информация по ключевым менеджерам должна включать в себя :

А. ФИО, год рождения;

Б. Номер и серия паспорта;

В. Стаж работы;

Г. Занимаемая должность;

Д. Уровень и условия вознаграждения;

1. А, В, Д;

2. Б, Г, Д;

3. А, Б, В, Г, Д;

4. А, Г, Д;

5. А, Б, Г;

6) В случае предполагаемого расширения существующей команды менеджеров необходимо указать потребности в руководящих работниках, а именно:

1. Должности;

2. Основные обязанности и полномочия

3. Требуемая квалификация и опыт

4. Процесс найма персонала

5. Сроки занятости

6. Ожидаемый вклад в успех компании

7. Уровень и условия вознаграждения

А. 1,3,5,7

Б. 2,4,6,8

В. 1,2,5,7

Г. 1,2,3,4,5,6,7,8

Д. 3,4,7,8

7) Кадровая политика -

А. Система правил и норм работы с персоналом;

Б. Обеспечивает процессы воспроизводства, управления и развития персонала;

В. Осуществляется в соответствии с выбранной стратегией организации;

1. Верно только А

2. Верно только Б

3. Верно только В
4. Нет правильного ответа
5. Все ответы верны

8) При разработке календарного плана учитываются:

1. Затраты времени на выполнение работ;
2. Сроки выполнения;
3. Последовательность проведения работ;
4. Учитываются только 1 и 2
5. Учитывается все 1,2,3

9) Затраты времени на выполнение работ это затраты на :

- А. Государственную регистрацию;
- Б. Оформление лицензий;
- В. Заключение договоров аренды помещений;
- Г. Разработка рабочего проекта;

1. А,В,Г
2. А,Б,Г
3. Б,В,Г
4. А,Б,В, Г
5. А,Г

10) В финансовом плане необходимо отразить следующие разделы:

- А. Прибыль;
- Б. Цены на продукцию;
- В. Денежный поток;

1. Верно только А
2. Верно только Б
3. Верно только В
4. Верно А и Б
5. Верно А и В
6. Верно Б и В

Ключ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	5	5	1	4	г	5	5	4	5

Критерии оценки тестов

Оценка	Характеристики ответа студента
отлично	90% и более правильных ответов
хорошо	Более 80% правильных ответов
удовлетворительно	Более 50% правильных ответов
не удовлетворительно	Менее 50% правильных ответов

IV. Критерии оценки разработанных тестовых заданий

Оценка	Характеристики выполненного задания
Зачтено	Составлено 10 грамотных вопросов по каждой теме
Не зачтено	Более 5 из 10 вопросов по каждой теме составлены не корректно

Оценка за экзамен выставляется при выполнении на оценку «зачтено» всех видов самостоятельной работы, определённых данной программой.

V. Вопросы к экзамену и критерии оценки ответа на экзамене

1. Рыночная экономика и объективная необходимость планирования на макро- и микроуровнях.
2. Система планирования в условиях рынка как основной метод и составная часть управления экономикой.
3. Прогнозирование в рыночной экономике: понятие, содержание, роль и значение; взаимосвязь прогнозирования и планирования.
4. Роль и место планирования в управлении предприятием.
5. Планирование как наука и вид экономической деятельности.
6. Сущность и структура объектов планирования. Предмет планирования.
7. Экономический механизм управления предприятием.
8. Система планов: перспективное, среднесрочное, текущее планирование.
9. Бизнес-план предприятия.
10. Планирование как инструмент для обеспечения динамичного развития бизнеса.
11. Планируемая стратегия фирмы: вход на рынок или его развитие через анализ факторов, условий, слабых мест в действиях конкурентов.
12. Описание отрасли экономической деятельности и рынка сбыта, его структуры, емкости, темпов роста.
13. Анализ конкурентных преимуществ собственного бизнеса.
14. Прогноз финансовых результатов. Требуемая сумма инвестиций.
15. Особенности структуры резюме бизнес-плана нового и действующего бизнеса. Примерная форма резюме.
16. Прогноз конъюнктуры рынка. Современное состояние и тенденции макроэкономических процессов в инвестиционной сфере.
17. Прогноз коммерческой деятельности анализируемых фирм-конкурентов.
18. Общая стратегия маркетинга: рыночная стратегия бизнеса, описание и анализ особенностей потребительского рынка, влияние внешних факторов на объем и структуру сбыта.
19. Анализ продаж за предшествующий период. Сегментация рынка. Определение емкости рынка.
20. Прогноз развития рынка. Планирование ассортимента. Оценка конкурентоспособности товара. Планирование цены. Прогнозирование величины продаж.
21. Разработка собственной ценовой политики фирмы, а также сравнение с ценовой стратегией конкурентов.
22. Анализ системы ценовых скидок как инструмента стимулирования реализации.
23. Сравнительный анализ эффективности методов реализации.
24. Структура собственной торговой сети.
25. Политика по послепродажному обслуживанию и предоставление гарантий.
26. Реклама и продвижение товара на рынок.
27. Производственный цикл. Производственные мощности. Их роль в совершенствовании бизнеса.
28. Развитие производственных мощностей за счет приобретения и аренды.
29. Структура и показатели производственной программы. Анализ выполнения плана производства.
30. Анализ портфеля заказов. Расчет производственной мощности. Планирование выпуска продукции. Планирование выполнения производственной программы.
31. Собственность и ее роль в организации бизнеса.
32. Организационно-правовые формы предпринимательства в соответствии с Гражданским кодексом РФ.
33. Экономическое обоснование создания, реорганизации предприятия.
34. Организационная структура, экономическое обоснование и оценка эффективности.
35. Управленческая команда и персонал. Планирование потребности в персонале.

36. Планирование трудоемкости производственной программы. Расчет и анализ баланса рабочего времени. Планирование производительности труда.
37. Состав средств на оплату труда. Анализ фонда заработной платы. Планирование фонда заработной платы.
38. Планирование снижения себестоимости продукции. Планирование сметы затрат на производство продукции.
39. Цели, задачи и функции финансового планирования.
40. Содержание финансового плана. Анализ финансового положения. Планирование доходов и поступлений. Планирование расходов и отчислений.
41. Привлечение кредитов и анализ их эффективности. Источники финансирования ресурсов предприятия и их соотношение.
42. Анализ эффективности инвестиций. Срок полного возврата вложенных средств и получение дохода от них.
43. Составление графика безубыточности по материалам бизнес-плана. Баланс доходов и расходов фирмы.
44. Хозяйственный риск: сущность, место и роль в планировании.
45. Виды потерь и риска: материальные, трудовые, финансовые, времени. Внешние и внутренние риски.
46. Показатели риска и методы его оценки.
47. Методы снижения риска: страхование, поручительство, распределение риска, резервирование средств.
48. Анализ и планирование риска. Методы анализа.
49. Цель и назначение бизнес-плана в системе управления фирмой. Задачи и преимущества использования бизнес-плана.
50. Типология бизнес-планов. Основные области применения бизнес-плана. Принципы разработки бизнес-плана.

Критерии оценки устного ответа на экзамене

- полнота раскрытия темы;
- структурированность;
- свободное владение материалом;
- наличие примеров.

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	90% и более правильных ответов
Хорошо	Более 80% правильных ответов
Удовлетворительно	Более 60% правильных ответов
Не удовлетворительно	Менее 60% правильных ответов

Требования к проекту и критерии оценки защиты проекта

Студенту предлагается разработать идею инновационную продукта или услуги. Структура проекта: введение (актуальность идеи, степень новизны, вероятность внедрения), основная часть (технический анализ, коммерческий анализ, финансово-экономический анализ, институциональный анализ, анализ рисков), заключение (основные выводы). Проект представляется в виде презентации.

Критерии оценки инновационного проекта

№ п/п	Критерий	Оценка (в баллах)
-------	----------	-------------------

1.	Качество доклада	1 – доклад зачитывается; 2 – доклад пересказывается, докладчик не демонстрирует свободного владения материалом; 3 – доклад пересказывается, докладчик свободно владеет материалом.
2.	Качество ответов на вопросы	1 – нет четкости ответов на большинство вопросов; 2 – даны ответы на большинство вопросов; 3 – ответы на все вопросы убедительны, аргументированы.
3.	Использование демонстрационного материала	1 – демонстрационный материал представлен, но не используется в докладе; 2 – представленный демонстрационный материал периодически используется в докладе; 3 – представленный демонстрационный материал используется в докладе, информативен, автор свободно в нем ориентируется.
4.	Оформление демонстрационного материала	1 – представлен плохо оформленный демонстрационный материал; 2 – демонстрационный материал хорошо оформлен, но есть недочёты; 3 – к демонстрационному материалу претензий нет.

Критерии оценки печатной формы проекта:

1. Проект наиболее полно соответствует требованиям к оформлению – 3 балла;
2. Проект в достаточной степени соответствует требованиям к оформлению – 2 балла;
3. Проект частично соответствует требованиям к оформлению – 1 балл;
4. Проект не соответствует требованиям к оформлению – 0 баллов.

Общие критерии оценки учебного проекта:

Оценка	Баллы
Отлично	13-15
Хорошо	10-12
Удовлетворительно	7-9
Не удовлетворительно	1-6

Определение итоговой оценки за экзамен

$$\text{Оценка за экзамен} = \text{Оценка за ответ} * 0,5 + \text{Оценка за защиту проекта} * 0,5$$

7. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Нормативно-правовые акты:

1. Гражданского кодекса Российской Федерации
2. Кодекс корпоративного поведения ФКЦБ, 2002 г.

Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 456 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15430-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/506814>

2. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для вузов / А. М. Лопарева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13541-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495509>

Дополнительная литература:

1. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8377-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489327>
2. Внутрифирменное планирование : учебник и практикум для вузов / С. Н. Кукушкин [и др.] ; под редакцией С. Н. Кукушкина, В. Я. Позднякова, Е. С. Васильевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13526-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488676>

Периодические издания:

1. Экономический журнал
2. Инновационный менеджмент
3. Корпоративное управление в России

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. ЭБС Издательства Юрайт. URL:<https://www.biblio-online.ru>.
2. <http://biblioteka.smolgu.ru> – электронный каталог библиотеки СмолГУ
3. <http://www.vopreco.ru/> - Журнал «Вопросы экономики»
4. <http://www.expert.ru/> - Журнал «Эксперт»
5. <http://www.informika.ru/> - Образовательный портал «Информика»
6. <http://economicus.ru/> - Проект института «Экономическая школа»

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по подготовке презентаций

Создание презентации

Презентация представляет собой документ, созданный в каком-либо конструкторе для создания мультимедийных презентаций (в нашем случае это PowerPoint), и состоящий из определенной последовательности страниц, содержащих текстовую, графическую, видео и аудио информацию.

Страницы презентаций PowerPoint называются слайдами. Каждая презентация состоит из множества слайдов, находящихся в одном файле.

Презентация – помощник в проведении доклада, защиты, выступления, презентации проекта.

Презентация – кратное содержание вашего выступления в схемах, рисунках, картинках, коротких названиях, ключевых словах.

Вначале подготовьте устную защиту вашего проекта, согласно требованиям, включая основные этапы (цели, задачи, этапы, результаты и др.). Потом подберите иллюстрации к своему тексту, сформируйте презентацию

Процесс создания презентации состоит из трех этапов:

1. Планирование презентации – это многошаговая процедура, включающая определение целей, изучение аудитории, формирование структуры и логики подачи материала.

2. Разработка презентации – методологические особенности подготовки слайдов презентации, включая вертикальную и горизонтальную логику, содержание и соотношение текстовой и графической информации.

3. Репетиция презентации – это проверка и отладка созданной презентации.

Требования к формированию компьютерной презентации

1. Компьютерная презентация должна содержать начальный и конечный слайды;
2. Структура компьютерной презентации должна включать оглавление, основную и резюмирующую части;

3. Каждый слайд должен быть логически связан с предыдущим и последующим;

4. Слайды должны содержать минимум текста (на каждом не более 10 строк);

5. Необходимо использовать графический материал (включая картинки), сопровождающий текст (это позволит разнообразить представляемый материал и обогатить доклад выступающего студента);

6. Компьютерная презентация может сопровождаться анимацией, что позволит повысить эффект от представления доклада (но акцент только на анимацию недопустим, т.к. злоупотребление им на слайдах может привести к потере зрительного и смыслового контакта со слушателями);

7. Время выступления должно быть соотнесено с количеством слайдов из расчета, что компьютерная презентация, включающая 10— 15 слайдов, требует для выступления около 7—10 минут.

Подготовленные для представления доклады должны отвечать следующим требованиям:

1. Цель доклада должна быть сформулирована в начале выступления;

2. Выступающий должен хорошо знать материал по теме своего выступления, быстро и свободно ориентироваться в нем;

3. Недопустимо читать текст со слайдов или повторять наизусть то, что показано на слайде;

4. Речь докладчика должна быть четкой, умеренного темпа;

5. Докладчик должен иметь зрительный контакт с аудиторией;

6. После выступления докладчик должен оперативно и по существу отвечать на все вопросы аудитории (если вопрос задан не по теме, то преподаватель должен снять его).

Требования к оформлению презентаций

1. Продумайте план презентации заранее. Не забывайте об обязательных разделах:

– Титульная страница (первый слайд);

– Введение;

– Основная часть презентации (обычно содержит несколько подразделов);

– Заключение.

2. Оформление презентации

Соблюдайте единый стиль оформления. Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации. Если выбрали для заголовков синий цвет и шрифт «Cambria», на всех слайдах заголовки должны быть синими и Камбрия. Выбрали для основного текста шрифт «Calibri», то всех слайдах придётся использовать его.

3. Цвет фона презентации

На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовка, один для текста. Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования). Следите за тем, чтобы текст не сливался с фоном, учитывайте, что на проекторе контрастность будет меньше, чем у вас на мониторе.

Лучший фон – белый (или близкий к нему), а лучший цвет текста – черный (или очень темный нужного оттенка). Имейте в виду что, черный цвет фона имеет негативный (мрачный) подтекст. Белый текст на черном фоне читается плохо (инверсия плохо читается).

4. Содержание и расположение текстовой информации, шрифт

Используйте короткие слова и предложения.

Размер шрифта: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);

Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;

Тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial, Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем. Всегда указывайте заголовок слайда (каждого слайда презентации). Отвлёкшийся слушатель в любой момент должен понимать, о чём сейчас речь в вашем докладе!

Курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Предпочтительно горизонтальное расположение информации. Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Если на слайде имеется картинка, надпись должна располагаться под ней. Избегайте сплошной текст. Лучше использовать маркированный и нумерованный списки.

Помните, что экран, на котором вы будете показывать презентацию, скорее всего, будет достаточно далеко от зрителей. Презентация будет выглядеть меньше, чем на вашем экране во время создания.

Отойдите от экрана компьютера на 2–3 метра и попытайтесь прочесть текст в презентации. Если слайды читаются с трудом, увеличивайте шрифт. Если текст не вмещается на один слайд, разбейте его на 2, 3 и более слайдов (главное, чтобы презентация была удобной для просмотра).

5. Объем информации

Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. Не полностью заполненный слайд лучше, чем переполненный.

Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Делайте слайд проще. У аудитории всего около минуты на его восприятие.

Общие рекомендации

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 (текст, рисунки).
Фон	Для фона выбирайте более холодные тона (синий, зеленый).
Использование цвета	На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста. Для фона и текста используйте контрастные цвета. Обратите особое внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).
Анимационные эффекты	Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде. Анимационные эффекты 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 заголовка – 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. Прописные буквы читаются хуже строчных.
Способы выделения информации	Следует использовать: рамки, границы, заливку; разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки; рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов.
Объем информации	Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом 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.
Виды слайдов	Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов: с текстом; с таблицами; с диаграммами.

9. Перечень информационных технологий

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный АО «Лаборатория Касперского».

Microsoft Open License в составе:

- Microsoft Windows Professional XP, 7, 8, Server Russian;
- Microsoft Office 2003-2016 Russian.

10. Материально-техническая база

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, д.4, уч. корпус № 2, ауд. 510.

Стандартная учебная мебель (60 учебных посадочных места), стол и стул для преподавателя – по 1 шт.

Кафедра для лектора – 1 шт.

Доска настенная трехэлементная – 1 шт.

Проекционный экран LUMA – 1 шт.

Мультимедиапроектор Acer – 1 шт.

Ноутбук HP 530 – 1шт.

Колонки Genius – 1 шт.

Помещение для самостоятельной работы: 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, д.4, уч. корпус №2, ауд. 520 (компьютерная лаборатория с выходом в Интернет)

Компьютерный студенческий стол – 15 шт.

Компьютерный стол для преподавателя – 1 шт.

Интерактивная доска IQBoard

Мультимедиа проектор Optima PX 329 DLP

16 персональных компьютеров с выходом в Интернет

Стандартная учебная мебель (16 учебных посадочных мест).

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 6314D932A1EC8352F4BBFDEFD0AA3F30
Владелец: Артеменков Михаил Николаевич
Действителен: с 21.09.2022 до 15.12.2023