



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Калининградский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Начальник УРОПСИ

Фонд оценочных средств
(приложение к рабочей программе модуля)
«БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ»

основной профессиональной образовательной программы бакалавриата
по направлению подготовки
38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

ИНСТИТУТ
РАЗРАБОТЧИК

отраслевой экономики и управления
кафедра менеджмента

1 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по дисциплинам (модулям),
соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-3: Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>ПК-4: Способен обосновывать решения в процессе профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-9: Способен использовать методы количественного и качественного анализа информации, построения экономико-математических моделей в процессе осуществления производственной и проектной деятельности организации.</p>	<p>ПК-3.4: Демонстрирует навыки проведения маркетинговых исследований с использованием комплекса маркетинга для разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности организации;</p> <p>ПК-4.1: Собирает и анализирует необходимую информацию, осуществляет соответствующие расчеты в процессе обоснования организационно-управленческих решений;</p> <p>ПК-9.2: Рассчитывает и анализирует экономические показатели деятельности хозяйствующих субъектов.</p>	<p>Бизнес-планирование</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности и виды бизнес-планов как одной из форм планирования; - методики разработки бизнес-планов производственных предприятий и их специфику; - методы и инструменты составления отдельных разделов бизнес-плана; - правила и стандарты документального оформления решений в форме бизнес-планов производственной деятельности; - инструменты успешной презентации результатов бизнес-планирования; <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать и обосновывать бизнес-идею; - оформлять содержательную часть бизнес-плана в форме общепринятых документов с целью мотивации инвесторов, менеджеров и других заинтересованных лиц, и организаций; - рассчитывать и объяснять экономический смысл показателей эффективности бизнес-плана; <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования команды для подготовки и реализации бизнес-плана; - методами бизнес-планирования при управлении операционной (производственной) деятельностью организаций; - навыками разработки бизнес-плана, успешной презентации и контроля этапов его реализации; - навыками экспертизы бизнес-планов.

2 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПОЭТАПНОГО ФОРМИРОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ) И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1 Для оценки результатов освоения дисциплины используются:

- оценочные средства текущего контроля успеваемости;
- оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплине.

2.2 К оценочным средствам текущего контроля успеваемости относятся:

- тестовые задания;
- задания по темам практических занятий.

2.3 К оценочным средствам для промежуточной аттестации по дисциплине, проводимой в форме экзамена относятся:

- задания по курсовой работе;
- вопросы для экзамена по дисциплине.

3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

3.1. Тестовые задания предназначены для оценки качества освоения студентами теоретического материала и используются для оценки освоения всех тем дисциплины студентами всех форм обучения в ходе самостоятельной работы (Приложение № 1). Тестовые задания предусматривают выбор правильного ответа на поставленный вопрос из предлагаемых вариантов ответа. Оценка определяется процентом правильных ответов: «отлично – 90-100%; «хорошо» - 75-89%; «удовлетворительно» - 60-74%; «неудовлетворительно» - 59% и менее.

3.2. Задания для практических занятий выполняются на практических занятиях индивидуально или в группах (по 3-4 чел.) с целью приобретения умений применять теоретические модели на практике для решения практических ситуаций. Оценка результатов выполнения задания по каждой теме практического занятия производится при представлении студентом письменного отчета по проделанной работе, демонстрации преподавателю и аудитории основных результатов проведенного исследования и (или) на основании ответов студента на вопросы по теме занятия. Студент, самостоятельно выполнивший задание и продемонстрировавший знание использованных им средств и приемов в области бизнес-планирования получает по практическому занятию оценку «зачтено».

В приложении № 2 приведены типовые задания по практическим занятиям, предусмотренным рабочей программой дисциплины.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена. К экзамену допускаются студенты получившие положительные оценки по результатам выполнения практических заданий, тестирования и при условии успешной защиты курсовой работы.

4.2 Особое место в оценке степени усвоения дисциплины занимает написание и защита курсовой работы на заданную тему (Приложение № 3). Выбор темы осуществляется студентом и согласовывается с преподавателем. Работа над курсовой работой осуществляется под руководством преподавателя в рамках самостоятельной работы и выполняется в свободное от аудиторных занятий время.

Курсовая работа выполняется с целью закрепления, расширения и углубления знаний по определенному разделу или направлению дисциплины; приобретения навыков аналитической и проектной работы в области бизнес-планирования; выработки у студента навыков научно-исследовательской работы.

По курсовой работе оформляется текстовый материал и презентация, на основании которых проводится защита работы (цель – оценка уровня освоения учебного материала). По результатам публичной защиты курсовой работы и ответов на вопросы, задаваемых преподавателем, выставляется оценка, которая учитывается при заключительной аттестации. Замечания, сделанные рецензентом по курсовой работе, устраняются до защиты. Защита курсовой работы осуществляется в устной форме до экзамена.

По результатам защиты курсовой работы выставляется экспертная оценка («отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно»), которая учитывается при заключительной аттестации по дисциплине (на экзамене).

К основным критериям оценки курсовой работы относят:

- степень полноты раскрытия темы;
- объем использованных литературных источников;
- новизна информации;
- умение анализировать материал, обобщать и делать выводы;
- правильность оформления курсовой работы (соблюдение рекомендуемой структуры, правильное оформление списка литературы).

1) Оценка «отлично» выставляется в том случае, если:

- содержание и оформление работы соответствует требованиям методических указаний и теме работы;

- работа актуальна, выполнена самостоятельно, имеет творческий характер, отличается определенной новизной;
- дан обстоятельный анализ степени теоретического исследования проблемы, различных подходов к ее решению;
- в докладе и ответах на вопросы показано знание нормативной базы, учтены последние изменения в законодательстве и нормативных документах по данной проблеме;
- проблема раскрыта глубоко и всесторонне, материал изложен логично;
- теоретические положения органично сопряжены с практикой; даны представляющие интерес практические рекомендации, вытекающие из анализа проблемы;
- в работе широко используются материалы исследования, проведенного автором самостоятельно или в составе группы (в отдельных случаях допускается опора на вторичный анализ имеющихся данных);
- в работе проведен количественный анализ проблемы, который подкрепляет теорию и иллюстрирует реальную ситуацию, приведены таблицы сравнений, графики, диаграммы, формулы, показывающие умение автора формализовать результаты исследования;
- широко представлен список использованных источников по теме работы;
- приложения к работе иллюстрируют достижения автора и подкрепляют его выводы;
- по своему содержанию и форме работа соответствует всем предъявленным требованиям.

2) Оценка «хорошо»:

- содержание и оформление работы соответствует требованиям;
- содержание работы в целом соответствует заявленной теме;
- работа актуальна, написана самостоятельно;
- дан анализ степени теоретического исследования проблемы;
- в докладе и ответах на вопросы основные положения работы раскрыты на хорошем или достаточном теоретическом и методологическом уровне;
- теоретические положения сопряжены с практикой;
- представлены количественные показатели, характеризующие проблемную ситуацию;
- практические рекомендации обоснованы;
- приложения грамотно составлены и прослеживается связь с положениями курсовой работы;
- составлен список использованных источников по теме работы.

3) Оценка «удовлетворительно»:

- содержание и оформление работы соответствует требованиям;
- имеет место определенное несоответствие содержания работы заявленной теме;
- в докладе и ответах на вопросы исследуемая проблема в основном раскрыта, но не отличается новизной, теоретической глубиной и аргументированностью, имеются не точные или не полностью правильные ответы;
- нарушена логика изложения материала, задачи раскрыты не полностью;
- в работе не полностью использованы необходимые для раскрытия темы научная литература, нормативные документы, а также материалы исследований;
- теоретические положения слабо увязаны с управленческой практикой, практические рекомендации носят формальный бездоказательный характер;

4) Оценка «неудовлетворительно»:

- содержание и оформление работы не соответствует требованиям;
- содержание работы не соответствует ее теме;
- в докладе и ответах на вопросы даны в основном неверные ответы;
- работа содержит существенные теоретико-методологические ошибки и поверхностную аргументацию основных положений;
- курсовая работа носит умозрительный и (или) компилятивный характер;
- предложения автора четко не сформулированы.

4.3 В приложении № 4 приведены экзаменационные вопросы по дисциплине. Экзаменационный билет содержит два экзаменационных вопроса.

4.4 Экзаменационная оценка («отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно») выставляется в соответствии с критериями, указанными в табл. 2.

Таблица 2 – Система и критерии оценивания экзаменационных ответов

Система оценок Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов	Обладает частичными и разрозненными знаниями, которые не может научно-корректно связывать между собой (только некоторые из которых может	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает полнотой знаний и системным взглядом на изучаемый объект

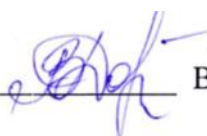
Система оценок	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
Критерий	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	связывать между собой)			

5. СВЕДЕНИЯ О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ЕГО СОГЛАСОВАНИИ

Фонд оценочных средств для аттестации по дисциплине «Бизнес-планирование» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры менеджмента (протокол № 7 от 05.04.2022 г.)

Заведующая кафедрой


_____ В. В. Дорофеева

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «БИЗНЕС- ПЛАНИРОВАНИЕ»

Вариант 1

1. В общем виде процесс бизнес-планирования – это
 - а) выбор направления развития предприятия;
 - б) описание всех вариантов развития предприятия;
 - в) последовательное изложение системы реализации проекта;
2. Вид бизнес-плана, который содержит все разделы бизнес-плана по предлагаемому варианту без подробных расчетов по альтернативным вариантам:
 - а) полный;
 - б) достаточный;
 - в) резюме.
3. Бизнес-план рекомендуется составлять на период:
 - а) до одного года;
 - б) от трех до пяти лет;
 - в) на десять-пятнадцать лет.
4. Спецификой планирования в России считается
 - а) низкий уровень накопления капитала в экономических компаниях, позволяющий осуществлять эффективные затраты на организацию планирования;
 - б) наличие большого количества юридических норм, регулирующих поведение предпринимателей;
 - в) высокая этическая культура отечественного рынка.
5. Методика бизнес-планирования позволяет:
 - а) разработать такой план, выполнение которого принесет предприятию наибольшую прибыль
 - б) осуществлять контроль доходов и расходов предприятия
 - в) выполнить анализ всего объема работ, учитывая условия их выполнения
6. Выбор цели конкретного предприятия должен исходить из:
 - а) текущего состояния и возможностей предприятия в данной экономической ситуации;
 - б) пожеланий акционеров и владельцев предприятия;
 - в) идей руководителей предприятия по далекой перспективе
7. Самой популярной причиной (45%) провала бизнеса исследователи считают:
 - а) неверно выбранное время выхода на рынок
 - б) ответные действия конкурентов
 - в) ошибочное определение спроса
8. Целью бизнес-плана может быть:
 - а) описание различных вариантов развития предприятия;
 - б) получение кредита или привлечение инвестиций в рамках уже существующего предприятия
 - в) только описание конкурентов и пожеланий руководителя бизнеса
9. Прежде всего, бизнес-план может помочь:

- а) сравнить свой проект с проектами конкурентов;
 - б) решить проблему финансирования;
 - в) решить научную проблему.
10. Чтобы убедиться в наличии шансов на коммерческий успех и обеспечение высокого уровня прибыльности и платежеспособности от контактов с предприятием, партнеры предприятия будут опираться, в первую очередь, на:
- а) бизнес-план предприятия;
 - б) средства массовой информации;
 - в) финансовую отчетность предприятия
11. Основные направления бизнес-плана:
- а) глубинное и поверхностное;
 - б) внутреннее и внешнее;
 - в) материальное и информационное.
12. Из множества вариантов осуществления бизнес-идеи считается наиболее оптимальным тот, который:
- а) при данном общем капитале и достаточной норме прибыли для инвестора способен принести максимальную прибыль;
 - б) при данном общем капитале и минимальной норме прибыли для инвестора способен принести максимальную прибыль;
 - в) при минимальном общем капитале и минимальной норме прибыли для инвестора способен принести максимальную прибыль.
13. Термин мультипроект определяется:
- а) количеством проектов;
 - б) типом проекта;
 - в) классом проекта.
14. Сконструированное инициатором проекта нововведение, целью которого является создание, модернизация или поддержание в изменившейся среде материальной или духовной ценности, воздействие которого на людей считается положительным по своему социальному значению - это
- а) инновационный проект;
 - б) социальный проект;
 - в) технологический проект.
15. Выражение «без наличия конкретной идеи предпринимательская деятельность невозможна», является характеристикой
- а) начинающего предпринимателя;
 - б) функционирующего предпринимателя;
 - в) обанкротившегося предпринимателя;
16. Основное содержание раздела «Резюме»:
- а) описание целей, маркетинговой ситуации программы осуществления стратегии, отражающей состав, содержание и последовательность мероприятий по ее реализации; отражение влияния на принимаемые решения положительных и отрицательных факторов;
 - б) расчет объемов производства, себестоимости продукции (работ, услуг), определяются условия ценообразования, налогообложения, получения валового и чистого дохода с учетом дисконтирования и прогнозируемых индексов инфляции по единовременным поступлениям в бюджет и внебюджетный фонд;

- в) главные результаты и выводы бизнес-плана в целом и каждого его раздела, включая возможный риск и пути его преодоления.
17. Раздел бизнес-плана, предусматривающий описание выбираемого для проекта месторасположения, требуемых площадей и помещений:
- а) организационный план;
 - б) производственный план;
 - в) маркетинговый план
18. Разработка бизнес-плана должна осуществляться:
- а) с привлечением экспертов и консультантов, но с обязательным личным участием акционеров предприятия;
 - б) только руководителями предприятия;
 - в) с привлечением экспертов и консультантов без участия руководителей предприятия
19. Бизнес-план может корректироваться и пересматриваться по мере необходимости, но
- а) не чаще, чем раз в два года;
 - б) не реже, чем раз в год;
 - в) не реже, чем раз в квартал
20. Метод ценообразования, по которому фирма прежде всего ориентируется на конкурентов:
- а) на основе ощущения потребительской ценности товара
 - б) по аналогии
 - в) на основе безубыточности
 - г) на основании затрат производства
21. Смета есть простейшая форма:
- а) финансового плана;
 - б) производственного плана;
 - в) базового плана.
22. При разработке бизнес-плана подлежат взаимному учету и увязке интересы и условия заинтересованных сторон:
- а) заказчика (клиента) бизнес-плана и сторонних инвесторов;
 - б) заказчика (клиента) бизнес-плана и муниципальных органов;
 - в) подрядных проектных и проектно-строительных фирм и сторонних инвесторов
23. Часть рынка, на который вы предполагаете выйти, но более жестко определенная в смысле тех действий, которые необходимо совершить, чтобы на этот рынок выйти и закрепиться на нем, называется
- а) конкуренция;
 - б) рыночная ниша;
 - в) доля рынка.
24. Группа взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу, сконцентрированная по географическому признаку –это...
- а) кластер
 - б) холдинг
 - в) группа компаний

25. Фиксированный размер оплаты труда работника за выполнение нормы труда определенной сложности (квалификации) за единицу времени без учета компенсационных, стимулирующих и социальных выплат:
- тарифная ставка
 - должностной оклад
 - заработная плата
26. Адекватное изменение планов в соответствии с быстроменяющимися экономическими факторами при взаимной увязке текущих и перспективных планов реализуется через принцип
- непрерывности;
 - комплексности;
 - гибкости.
27. Требование для предприятия в целом и каждого его подразделения иметь четкие ориентиры в своей хозяйственной деятельности – это принцип
- конкретности и измеримости;
 - непротиворечивости и измеримости;
 - непротиворечивости и целенаправленности.
28. Главная цель контроля процесса планирования - это
- выявление и мобилизация внутренних ресурсов предприятия;
 - повышение эффективности запланированных показателей;
 - повышение эффективности управленческого процесса.
29. Наиболее эффективный методов для планирования прибыли:
- расчет амортизационных отчислений линейным способом на минимальный срок
 - определение точки безубыточности
 - составление бюджетов и их контроль
30. Период окупаемости инвестиционного проекта показывает:
- период возврата инвестиций
 - период капиталовложений
 - срок погашения кредита

Вариант 2

- Понятие, противоречащее сущности бизнеса:
 - безделье;
 - коммерция;
 - торговля.
- Вид бизнес-плана, который должен храниться у руководителя фирмы и предъявляться ограниченному числу заинтересованных лиц
 - полный;
 - достаточный;
 - резюме.
- В кризисных условиях бизнес-план прежде всего должен решать задачи
 - оценки затрат, которые будут необходимы для изготовления и сбыта продукции нужной рынку;
 - улучшения финансового состояния предприятия;
 - изучения перспектив развития будущего рынка сбыта продукции.
- Негативный опыт применения планирования в России связан с
 - наличием большого количества юридических и этических норм, регулирующих поведение предпринимателей;

- б) чрезмерным давлением, приоритетом краткосрочных результатов над долгосрочными;
 - в) отсутствие возможности получения знаний в области планирования.
5. Объектом бизнес-планирования считают ...
- а) социально-экономическую деятельность предприятия;
 - б) ресурсы предприятия;
 - в) ключевые процессы предприятия.
6. Детализация целей зависит от:
- а) текущего состояния предприятия;
 - б) планового горизонта;
 - в) воли директора.
7. Наименее значимой причиной (4%) провала бизнеса исследователи считают:
- а) неверно выбранное время выхода на рынок
 - б) ошибочное определение спроса
 - в) завышенная цена на производимую продукцию
8. Характеристики используемых технологий и оборудования, влияющие на бизнес-планирование, следует относить к:
- а) внешним факторам;
 - б) внутренним факторам;
 - в) материальным факторам.
9. Бизнес-план начинает «работать»:
- а) после реализации проекта;
 - б) только при подписании его руководящим составом;
 - в) еще до своего появления на свет.
10. С целью представления предпринимателя, руководителей предприятия и их деятельности бизнес-план может рассматриваться также как
- а) финансовый отчет;
 - б) рекламный документ;
 - в) конфиденциальный документ.
11. Конкретная производственная, маркетинговая, техническая, финансовая, кадровая политика предпринимательской деятельности реализуется на основе:
- а) решения руководства;
 - б) бизнес-плана;
 - в) требований современного рынка.
12. Общий капитал, предназначенный для осуществления бизнес-идеи, равен:
- а) сумме прибыли инвестора и прибыли фирмы;
 - б) сумме капитала инвестора и капитала фирмы;
 - в) разности прибыли фирмы и прибыли инвестора.
13. Классификация по масштабу проекта делит проекты на:
- а) монопроект, мультипроект, мегапроект;
 - б) мелкие проекты, средние проекты, крупные проекты, очень крупные проекты;
 - в) краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные.
14. Проекты, к которым относят систему различных нововведений, обеспечивающих непрерывное развитие организационно-экономических систем, называют:
- а) производственные проекты;
 - б) инновационные проекты;

- в) технологические проекты.
15. Результат осмысления окружающей действительности – рыночной ситуации, поведения потребителей, научных прогнозов, уровня развития техники и технологии относят к процессу:
- отбора идей;
 - накопления идей;
 - сравнительного анализа идей.
16. В разделе «Резюме» цель определяется как объективная оценка:
- продукции, деятельности фирмы;
 - социально-экономических показателей макроуровня;
 - потребительских свойств товара.
17. Раздел бизнес-плана, предусматривающий выбор ценовой стратегии:
- финансовый план;
 - план производства;
 - маркетинговый план;
18. Ответственными за проведение маркетинговых исследований, предшествующих составлению бизнес-плана, являются:
- руководство предприятия;
 - разработчики бизнес-плана;
 - независимые эксперты.
19. Случай, при котором разработчики бизнес-плана могут подготавливаться два или более альтернативных вариантов проектного предложения:
- альтернативные варианты всегда включаются в бизнес-план;
 - пожелания заказчика;
 - если бизнес-план разрабатывается в кризисный для предприятия период.
20. Метод ценообразования, при котором фирма рассматривает несколько вариантов цен, чтобы проанализировать объем сбыта:
- на основе ощущения потребительской ценности товара
 - по аналогии
 - на основе безубыточности
21. Метод составления сметы, основанный на расчете объемов затрат и потребности в ресурсах путем умножения норм расхода ресурсов на планируемый объем экономического показателя, называется:
- расчетно-аналитический метод;
 - нормативный метод;
 - балансовый метод.
22. Информационное обеспечение бизнес-плана включает в себя:
- сбор, систематизацию и анализ исходных данных, служащих основой для выработки его основных положений;
 - анализ финансовой документации предприятия;
 - данные, предоставленные руководством предприятия.
23. Наименее рискованным из всех типов рыночных действий, для построения рыночных отношений, является
- продавать прежние продукты прежним клиентам;
 - продавать новые продукты прежним клиентам;
 - продавать прежние продукты новым клиентам.

24. Система коммерческих организаций, которая включает в себя «управляющую компанию», владеющую контрольными пакетами акций и дочерние компании
- холдинг
 - концерн
 - группа компаний
25. Фиксированный размер оплаты труда работника за выполнение трудовых обязанностей определенной сложности за календарный месяц без учета компенсационных, стимулирующих и социальных выплат:
- тарифная ставка
 - должностной оклад
 - заработная плата
26. Единство действий всех подразделений предприятия помогает реализовать принцип
- комплексности;
 - согласованности;
 - непротиворечивости
27. Эффективная система контроль процесса планирования должна включать
- мониторинг внутренней среды предприятия
 - мониторинг внешней среды предприятия;
 - мониторинг внутренней и внешней среды предприятия.
28. В процессе планирования должны принимать участие
- высшее руководство;
 - команда планового отдела и топ менеджеры;
 - все работники предприятия.
29. Объектом финансового планирования является:
- формирование фондов обращения и накопления
 - размер и направление потоков денежных средств
 - формирование производственного фонда, фонда оплаты труда и резервного фонда
30. Срок окупаемости проекта можно определить, как:
- отношение суммы инвестиций к среднегодовой прибыли
 - количество лет, за которое кумулятивный доход от инвестиций будет равен начальной сумме инвестиций
 - количество лет, за которое кумулятивный доход от инвестиций будет равен дисконтированной сумме инвестиций

Вариант 3

1. В современных словарях понятие «бизнесмен» трактуется как:
- лицо, занимающееся рискованными операциями с целью получения, прибыли от разницы между покупной и продажной ценой;
 - делец, капиталист, стремящийся из всего извлечь крупные барыши, не гнушаясь никакими средствами в целях личной наживы;
 - человек, занимающийся любым видом экономической деятельности, приносящей прибыль, имеющий при этом необходимые средства — собственные или заемные.
2. Вид бизнес-плана, разрабатываемый по принципу «ответы без решений»:
- полный;
 - достаточный;

- в) резюме.
- 3. Оценка бизнеса означает:
 - а) оценку личности хозяина бизнеса;
 - б) оценку составляющих бизнеса;
 - в) бизнес не подлежит оценке.
- 4. Специфической особенностью планирования в России принято считать
 - а) высокий уровень накопления капитала в экономических компаниях, позволяющий осуществлять эффективные затраты на организацию планирования;
 - б) наличие большого количества юридических норм, регулирующих поведение предпринимателей;
 - в) высокая степень неопределенности на рынке
- 5. Недостатком крупного бизнеса считают:
 - а) использование высокопроизводительного оборудования;
 - б) тенденция к монополизму;
 - в) возможность привлечения крупных финансовых средств.
- 6. Окончательное содержание бизнес-плана отражается в проектном предложении:
 - а) лишь по одному варианту;
 - б) по всем альтернативным вариантам;
 - в) по двум-трем вариантам
- 7. Причина провала бизнеса, целиком зависящая от правильного анализа рынка:
 - а) завышенная цена
 - б) нерешенные производственные проблемы
 - в) дефекты товара
- 8. Изучение жизненного цикла продукта, в процессе подготовки бизнес-плана следует относить к:
 - а) внешним факторам;
 - б) внутренним факторам;
 - в) специфическим факторам.
- 9. Бизнес-план предусматривает решение следующих вопросов, стоящих перед предприятием:
 - а) выявление сильных и слабых сторон предпринимательской деятельности;
 - б) определение очередного собрания акционеров;
 - в) продвижение кандидатур в законодательные органы.
- 10. Бизнес-план может быть представлен партнерам предприятия с целью:
 - а) сравнения путей развития предприятий;
 - б) проверки соответствия деятельности предприятия бизнес-плану;
 - в) решения проблем финансирования.
- 11. Бизнес-план может принести результат только с момента:
 - а) составления плана;
 - б) одобрения плана руководством предприятия;
 - в) реализации плана.
- 12. Эффективная бизнес-идея, будучи реализованной, приводит к тому, что фирма и инвестор получают:
 - а) достаточную ожидаемую прибыль;
 - б) лишние проблемы в бизнесе;

- в) ощутимую финансовую поддержку
13. Вид инвестиционных проектов
- а) мелкие проекты, средние проекты, крупные проекты, очень крупные проекты;
 - б) инновационный, организационный, научно-исследовательский, учебно-образовательный, смешанные;
 - в) технический, организационный, экономический, социальный, смешанный
14. К инвестиционным проектам обычно относят проекты, в которых главной целью является вложение средств в различные виды:
- а) социальных институтов;
 - б) бизнесов с целью благотворительности;
 - в) бизнесов с целью получения прибыли.
15. Самый дешевый ресурс и самый большой дефицит — это:
- а) новые технологии;
 - б) новая идея;
 - в) рационализаторское предложение.
16. Раздел бизнес-плана, в котором определяются функциональные особенности, местоположение, технические параметры, условия бизнеса (например, строительства, реконструкции), эксплуатации объекта
- а) исходные данные и характеристика бизнеса;
 - б) стратегия маркетинга;
 - в) оценка рыночной конъюнктуры.
17. Раздел бизнес-плана, предусматривающий описание методов и техники продаж
- а) финансовый план;
 - б) маркетинговый план;
 - в) программа развития и исследования
18. Раздел бизнес-плана, предусматривающий анализ слабых сторон предприятия и возможный ущерб:
- а) финансовый план;
 - б) маркетинговый план;
 - в) оценка риска
19. Проведение анализа и оценки текущего состояния предприятия:
- а) предшествует составлению бизнес-плана;
 - б) осуществляется после составления бизнес-плана;
 - в) производится при разработке бизнес-плана;
20. Метод, в котором главным фактором ценообразования является восприятие и оценка товара покупателем:
- а) на основе ощущения потребительской ценности товара
 - б) по аналогии
 - в) на основе безубыточности
21. Блок, на котором базируется так называемая затратная часть бизнес-плана, это:
- а) сметное планирование;
 - б) маркетинговое планирование;
 - в) прогноз конъюнктуры рынка.
22. Состав и содержание исходной информации для составления бизнес-плана определяется:
- а) текущим состоянием рынка сбыта;
 - б) профилем предприятия;

- в) заданием на разработку бизнес-плана.
23. При наличии у бизнесмена рискованного характера и желания заработать много денег в короткий срок, ему рекомендуется заняться продажей:
- а) продажу новых продуктов прежним клиентам;
 - б) продажу новых продуктов новым клиентам.
 - в) продажу прежних продуктов новым клиентам;
24. В общем виде все организации подразделяют на:
- а) формальные и неформальные
 - б) юридические и неюридические
 - в) частные и государственные
25. Рыночная цена рабочей силы это ____ вознаграждение, которое работодатель готов заплатить, а работник согласен получить за использование в течение определённого времени и с определенной интенсивностью его способностей к труду на предприятии.
- а) денежное
 - б) премиальное
 - в) материальное
26. Разработка альтернативных планов в соответствии с быстроменяющимися экономическими факторами или при высокой вероятности наступления того или иного события реализуется через принцип
- а) непрерывности;
 - б) гибкости;
 - в) комплексности
27. Смысл процесса контроля - это
- а) расчет отклонений от запланированных показателей;
 - б) создание гарантий выполнения планов;
 - в) выявление внутренних ресурсов предприятия.
28. Обязанностью высшего руководства при организации плановой деятельности на предприятии является
- а) определение основных фаз и последовательности планирования;
 - б) осуществление координации плановой деятельности;
 - в) составление прогнозов развития предприятия.
29. Точка безубыточности измеряется в:
- а) процентах
 - б) долях
 - в) штуках
30. Выручка, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не получает прибыли, называется:
- а) точкой безубыточности
 - б) порогом рентабельности
 - в) маржой безопасности

Приложение № 2

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Задание 1

Творческое задание: Выбор и обоснование по ряду критериев бизнес-идеи, которая явится основой для разработки проекта бизнес-плана.

Цель: научиться убедительно аргументировать выбор бизнес-идеи по набору критериев

Организация работы: формируются малые группы из числа студентов (3-5 чел.), которые на данном этапе выбирают и защищают бизнес – идею, а в дальнейшем работают в рамках этой бизнес-идеи над разработкой бизнес-плана.

Критерии оценки бизнес-идеи

- реалистичность (возможность реального исполнения в предлагаемых условиях)
- креативность (творческий, оригинальный проект, не имеющий аналогов в предлагаемых условиях)
- рискованность (предусмотрены все трудности на пути развития предприятия)
- перспективность (насколько долгосрочен данный проект).
- четкость изложения (логичность изложения, точная выразительная речь, краткость)
- понимание сути идеи (обоснование экономическими терминами последствий реализации данной бизнес – идеи)
- заинтересованность слушателей (умение вербально и невербально привлечь и удержать внимание слушателей, заинтересовать их)

Задание 2

Сформировать структуру своего бизнес-плана. За основу может быть взята типовая структура, в которую по мере наработки материалов могут вноситься собственные дополнения и изменения.

Цель: Разработать структуру бизнес-плана для дальнейшей работы над проектом.

Организация работы: работа ведется на практических занятиях в малых группах.

Задание 3

В составе малых групп разработать маркетинговые разделы в рамках выбранной бизнес-идеи

- определить основные тенденции развития отрасли
- выполнить анализ конкурентоспособности по модели пяти конкурентных сил М. Портера
- разработать матрицу «Продукт-рынок» и определить свои целевые сегменты
- сформулировать маркетинговую стратегию по составляющим: конкурентную стратегию, стратегию позиционирования, стратегию сегментирования и стратегии маркетинг-микса
- разработать маркетинговый план компании

Задание 4

В составе малых групп разработать организационный план в рамках выбранной бизнес-идеи

- обосновать выбор организационно-правовой формы предприятия
- охарактеризовать требования к менеджменту

- определиться с нормативно-правовыми документами для реализации бизнес-плана

Задание 5

В составе малых групп разработать производственный план в рамках выбранной бизнес-идеи

- обосновать потребность в ресурсах (помещение, оборудование, персонал)
- рассчитать производственную себестоимость продукции
- нарисовать схему технологического процесса
- изобразить схему планировки помещения
- составить календарный план проведения работ

Задание 6

В составе малых групп разработать финансовый план и оценить эффективность результатов бизнес-планирования

Для выполнения задания рекомендуется использовать программный продукт «Альт – Инвест».

Задание 7

В составе малых групп разработать план по оценке рисков и страхованию по их минимизации в рамках выбранной бизнес-идеи

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Структура курсовой работы по бизнес-планированию стандартна и содержит следующие разделы:

Введение

1. Резюме бизнес-плана
2. Общая характеристика предприятия, продукции
3. Анализ рынка и конкурентов
4. Маркетинговый план
5. Производственный план
6. Организационный план
7. Оценка риска и страхование
8. Финансовый план

Приложения

Содержание отдельных разделов бизнес-плана

Резюме

- цель и основные задачи бизнес-плана
- привлекательность вашего бизнеса
- перспективные оценки будущих объемов продаж, прибылей
- размер требуемого капитала
- процедура возврата займов и кредитов инвесторам

Общая характеристика предприятия, продукции

Предприятие

- полное название
- сокращенное название
- организационно-правовая форма
- фамилия, имя, отчество руководителя
- юридический адрес
- почтовый адрес
- дата образования
- уставной капитал
- краткая история развития предприятия

Продукция

- характеристика продукции (услуг), качество
- достоинства и недостатки продукции
- уникальные преимущества по сравнению с продукцией конкурентов
- возможности совершенствования продукции
- жизненный цикл продукта
- патенты, авторские права

Анализ рынка и конкурентов

- анализ внешней среды и конкуренции в отрасли
- тенденции развития отрасли

- основные рынки сбыта продукции, целевые сегменты
- основные конкуренты, степень их влияния

Маркетинговый план

- маркетинговая стратегия
- конкурентная стратегия
- стратегия продвижения товара на рынок
- каналы сбыта продукции
- рекламная политика, связи с общественностью
- ценообразование
- маркетинговый бюджет

Производственный план

- потребность в ресурсах (производственное помещение, производственные мощности, оборудование, рабочий персонал)
- расчет производственной себестоимости продукции
- технологические процессы
- схемы производственных потоков
- календарный план работ

Организационный план

- организационная структура
- менеджмент
- внешние консультанты (если они есть)

Оценка риска и страхование

- определение рисков, которые могут возникнуть
- определение источников рисков и вероятности их возникновения
- разработка мер по снижению рисков и потерь

Финансовый план и стратегия финансирования

- прогноз объемов продаж
- бюджет о прибылях и убытках
- бюджет движения денежных средств
- график достижения безубыточности
- расчет сроков окупаемости проекта
- определение суммы требуемого капитала
- график погашения кредита
- прогнозный баланс

Студенты могут самостоятельно выбрать объект бизнес-планирования для курсовой работы, согласовав данный вопрос с преподавателем.

Объем работы – 25 – 35 страниц.

**ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЭКЗАМЕН)
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «БИЗНЕС–ПЛАНИРОВАНИЕ»**

1. Бизнес-план и его роль в системе управления предприятием.
2. Системный подход к планированию деятельности предприятия.
3. Бизнес-идея как инновационная основа бизнес-планирования.
4. Цели бизнес–планирования, задачи, исполнители.
5. Принципы и функции бизнес-планов.
6. Виды бизнес-планов. Их отличие от других плановых документов.
7. Участники процесса бизнес – планирования.
8. Определение интервала бизнес-планирования.
9. Алгоритм действий по разработке бизнес-планов.
10. Классификация бизнес-планов.
11. Основные отличия бизнес-плана развития предприятия от бизнес-плана инвестиционного проекта.
12. Техничко-экономическое обоснование и бизнес-план: общие и отличительные черты.
13. Основные методики бизнес-планирования.
14. Характеристика основных разделов бизнес-плана.
15. Планирование базовой стратегии развития предприятия
16. Требования к разработке раздела «Резюме» бизнес-плана
17. Методика разработки раздела «Общая характеристика предприятия, продукции» в бизнес-плане.
18. Методика разработки раздела «Анализ факторов внешней среды»
19. Методика разработки раздела «Анализ рынка и конкурентов» в бизнес-плане.
20. Основные экономические характеристики отрасли.
21. Конкурентное преимущество как основа успеха бизнес-планирования.
22. Методика разработки раздела «Маркетинговый план» в бизнес-плане.
23. Роль стратегического маркетинга в бизнес-планировании.
24. Инструменты оперативного маркетинга в бизнес-планировании.
25. Сущность, основные характеристики планируемого товара.
26. Определение цены продукции, порядок ее определения в планировании бизнеса.
27. Планирование каналов сбыта продукции.
28. Бюджет маркетинга.

29. Методика разработки раздела «Производственный план» в бизнес-плане.
30. Формирование производственной себестоимости в бизнес-плане.
31. Методика разработки раздела «Организационный план» в бизнес-плане.
32. Выбор организационно-правовой формы предпринимательской деятельности.
33. Управленческая команда и персонал.
34. Правила формирования организационной структуры.
35. Юридические требования к бизнес-плану
36. Методика разработки раздела «Оценка рисков и страхование»
37. Методика разработки раздела «Финансовый план» в бизнес-плане
38. Методика разработки раздела «Финансовая стратегия и источники финансирования» в бизнес-плане.
39. Методы проведения экспертизы бизнес-планов.
40. Анализ типичных ошибок в бизнес-планировании.
41. Современные информационные технологии в бизнес-планировании.
42. Показатели эффективности бизнес-плана развития предприятия.
43. Оценка эффективности деятельности предприятия на соответствие стратегическим целям бизнеса.
44. Стадия реализации бизнес-плана. Мониторинг результатов.
45. Внешняя и внутренняя информация, используемая в процессе бизнес-планирования.
46. Методика предплановых исследований.
47. Нормативные базы данных и их использование в бизнес-планировании.
48. Взаимосвязь бизнес-плана со стратегическим планированием и бюджетированием