

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Обнинский институт атомной энергетики –

филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)

ОТДЕЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК (О)

Одобрено на заседании
Учёного совета ИАТЭ НИЯУ МИФИ
Протокол №23.4 от 24.04 2023

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ для преподавателя по дисциплине

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

название дисциплины

для студентов направления подготовки

38.03.02 Менеджмент

код и название направления подготовки

образовательная программа

Цифровой маркетинг и цифровая логистика

Форма обучения: очная

г. Обнинск 2023 г.

ВВЕДЕНИЕ

Методические рекомендации для преподавателей по дисциплине «Бизнес-планирование» представляют собой комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих преподавателю оптимальным образом организовать процесс обучения по данной дисциплине. Дисциплина «Бизнес-планирование» является одной из профильных дисциплин в обеспечении профессионального становления будущего менеджера.

Цель дисциплины – формирование у студентов системы базовых знаний по теории, методологии и методам бизнес-планирования, а также практических навыков разработки бизнес-планов и оценки экономической эффективности реализации бизнес-идей для организаций различной отраслевой и ведомственной принадлежности.

Задачи дисциплины:

- дать студентам представление о современных технологиях бизнес-планирования и типовых методиках разработки бизнес-плана;
- сформировать целостное понимание сути и принципов бизнес-планирования;
- сформировать систему практических навыков разработки бизнес-планов для различных этапов и целей организационного развития;
- охарактеризовать основные технологии бизнес-планирования, методики разработки отдельных разделов бизнес-планов и подходы к оценке экономической эффективности проекта;
- сформировать у студентов практические навыки разработки бизнес-планов для различных целей организационного развития, в т.ч. – для создания нового или модернизации существующего бизнеса;
- охарактеризовать технологии выбора, анализа, оценки и формализации бизнес-идей;
- подготовить студентов к практической деятельности по сбору, обработке и анализу информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- сформировать у студентов представление о построении эффективной внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- сформировать навыки планирования деятельности организации и ее отдельных структурных подразделений.
- выработать навыки формирования и корректировки организационной стратегии и тактики на основе расчетных экономических показателей и/или поведения экономических агентов;

Дисциплина реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений, и относится к профессиональному модулю.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Основными видами учебной работы по данной дисциплине являются лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.

1 Лекции

Лекции являются одним из основных методов обучения по дисциплине «Бизнес-планирование». Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Рекомендуется на первой лекции довести до внимания студентов структуру дисциплины и его разделы, а в дальнейшем указывать начало каждого раздела (модуля), суть и его задачи, а, закончив изложение, подводить итог по этому разделу, чтобы связать его со следующим.

Содержание лекций определяется рабочей программой дисциплины и представлено в таблице.

Нед еля	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
1-2	I Теоретические основы бизнес-планирования	
1	Организационные цели и планирование	Предпринимательство и бизнес-планирование, роль и место в экономике. Содержание предпринимательской деятельности. Классификация предпринимательской деятельности. Объекты бизнеса. Планирование как инструмент для обеспечения динамичного развития бизнеса. Необходимость определения организационных целей. Процесс определения организационных целей. Понятие и содержание бизнес-планирования. Целеполагание и критерии SMART. Характеристики эффективных целей. Управление по целям. Формальное и неформальное планирование. Уровни управления и планирование.
1	Сущность бизнес-планирования и основные этапы разработки бизнес-плана	Бизнес-план и его роль в системе управления предприятием. Бизнес-идея как инновационная основа бизнес – планирования. Цели бизнес-планирования, задачи, исполнители. Виды бизнес-планов. Функции и принципы бизнес-планирования. Инициирование. Прогнозирование. Оптимизация. Координация и интеграция. Безопасность управления. Упорядочение. Контроль. Воспитание и обучение. Документирование. Внутренние и внешние функции бизнес-планов. Заказчики и разработчики бизнес-планов. Отличие бизнес-планов от других плановых документов. Алгоритм действий по разработке бизнес-плана. Этапы разработки бизнес-плана и их характеристика.

Нед еля	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
1-2	Структура и содержание основных разделов бизнес-плана	Состав бизнес-плана. Классификация бизнес-планов. Методы бизнес-планирования. Понятие и роль бизнес-планирования в современных рыночных условиях. Схемы организации работ по составлению бизнес-планов: сверху вниз, снизу вверх, круговым способом. Методики бизнес-планирования. Последовательность бизнес-процессов в ходе разработки бизнес-плана. Типовая структура документа и возможности ее изменения. Оформление и стиль бизнес-плана. Информационное и программное обеспечение бизнес-планирования. Законодательные основы при разработке бизнес-плана. Содержание основных разделов бизнес-плана: резюме, маркетинговый план, план продаж, анализ рыночной среды, производственный и организационный план, финансовый план и оценка рисков
3-16	II Основные разделы бизнес-плана	
3-4	Резюме бизнес-плана и описание компании	Краткое содержание основных разделов бизнес-плана, согласно различным предлагаемым методикам бизнес-планирования. Титульный лист бизнес-плана. Оглавление. Резюме. Важность резюме. Особенности структуры резюме бизнес-плана нового и действующего бизнеса. Примерная форма резюме. Типичные ошибки составления резюме.
5-6	Анализ рыночной ситуации	Общее описание рынка и его целевых сегментов. Методы оценки ёмкости рынка. Источники информации для оценки ёмкости рынка. Прогноз конъюнктуры рынка. Общее описание организации. Анализ отрасли: ключевые вопросы и комментарии. Применение PEST-анализа для изучения и оценки внешней среды организации. Анализ конкурентов. Модель пяти сил конкуренции Портера. Цели компании, их соответствие выбранной конкурентной стратегии. Продукты и услуги: основные характеристики, конкурентные преимущества. SWOT-анализ и типичные ошибки его проведения.
7-8	План маркетинга и план продаж	Стратегический маркетинг: анализ рыночных потребностей и рыночного потенциала,

Нед еля	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		сегментация рынка, разработка стратегии маркетинга. Оперативный маркетинг: выбор целевого сегмента, разработка плана маркетинга с применением инструментов marketing-mix, прогноз объемов продаж, разработка бюджета маркетинга, реализация плана маркетинга и контроль его выполнения. Товарная политика фирмы. Ассортиментная политика фирмы. Разработка и внедрение новой продукции. Ценовая политика фирмы. Ценовая стратегия предприятия. Выбор метода ценообразования. Сбытовая политика предприятия. Система товародвижения. Особенности составления бюджета маркетинга. Потребительские сегменты и «портрет» покупателя.
9-11	План производства	Технология производства. Контроль производственного процесса. Система охраны окружающей среды. Производственная программа. Производственные мощности и их развитие. Прогноз затрат. Разработка калькуляции себестоимости изготовления продукта. Формирование производственной себестоимости продукции. Определение потребности в ресурсах: помещение, производственные мощности, оборудование, производственный персонал. Планирование потребности в оборотных средствах. Поставщики. Технологии и схемы производственных потоков. Календарный план, увязывающий работы, исполнителей и сроки выполнения.
11-12	Организационный план	Организационная схема управления предприятием; организация координирования и взаимодействия служб и подразделений предприятия. Требования, предъявляемые к топ – менеджменту. Характеристики управленческого персонала с позиций возраста, образования, занимаемой должности, опыта, прав полномочий и др. Персонал предприятия, не связанный с управлением: потребность в кадрах по профессиям, квалификационные требования, форма привлечения к труду; режим труда.
12-	Финансовый план	Долгосрочное и краткосрочное финансовое

Нед еля	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
14		планирование. Финансово-экономические показатели деятельности организации. Доход от основной деятельности и его планирование. Планирование прибыли и ее распределение. Оценка финансового состояния организации. Планирование основных финансовых показателей. Структура финансового плана: прогноз о прибылях и убытках, прогноз денежных поступлений и выплат, балансовый прогноз. Особенности планирования денежных поступлений и выплат. График достижения безубыточности.
14- 15	Оценка экономической эффективности проекта и его рисков	Расчет сроков окупаемости. Определение потребности в инвестициях и источников их финансирования. Прогноз показателей финансового состояния. Понятие и виды рисков в бизнесе. Оценка риска. Общие методы анализа риска. Методы анализа рисков инвестиционных проектов. Страхование рисков. Параметры оценки экономической эффективности проекта: NPV, IRR, ARR, простой и дисконтированный срок окупаемости.
15- 16	Презентация проекта для заинтересованных сторон	Методы проведения экспертизы бизнес-планов. Выявление проблемных точек и недостатков. Рекомендации по совершенствованию бизнес-плана. Анализ типичных ошибок в бизнес-планировании. Требования к оформлению и презентации бизнес-плана. Подготовка уникального торгового предложения (УТП) и коммерческого предложения (КП)

Для эффективного проведения лекционного занятия рекомендуется соблюдать последовательность ее основных этапов:

- 1) формулировку темы лекции;
- 2) указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение;
- 3) изложение вводной части;
- 4) изложение основной части лекции;
- 5) краткие выводы по каждому из вопросов;
- 6) заключение;
- 7) рекомендации литературных источников по излагаемым вопросам.

Дадим краткую характеристику каждого из лекционных этапов.

Начальный этап каждого лекционного занятия – оглашение основной

темы лекции с краткой аннотацией предлагаемых для изучения вопросов. Преподаватель должен сообщить о примерном плане проведения лекции и предполагаемом распределении бюджета времени. Если очередное занятие является продолжением предыдущей лекции, необходимо кратко сформулировать полученные ранее результаты, необходимые для понимания и усвоения изучаемых вопросов.

Во вводной части достаточно кратко характеризуется место и значение данной темы в курсе, дается обзор важнейших источников и формулируются основные вопросы или задачи, решение которых необходимо для создания стройной системы знаний в данной предметной области. В этой части лекции демонстрируются основные педагогические методы, которые будут использоваться при изложении материала и устанавливается контакт с аудиторией.

Основная часть лекции имеет своей целью раскрытие содержания основных вопросов или разделов и определяется логической структурой плана лекции. При этом используются основные педагогические способы изложения материала: описание-характеристика, повествование, объяснение и др. Преподаватель должен также умело использовать эффективные методические приемы изложения материала – анализ, обобщение, индукцию, дедукцию, противопоставления, сравнения и т.д., обеспечивающие достаточно высокий уровень качества учебного процесса.

В заключительной части лекции проводят обобщение наиболее важных и существенных вопросов, делаются выводы, формулируются задачи для самостоятельной работы слушателей и указывается рекомендуемая литература. Оставшееся время используют для ответов на вопросы, задаваемые слушателями, и для возможной дискуссии о содержании лекции.

Содержание лекционного материала должно строго соответствовать содержательной части утвержденной рабочей учебной программы дисциплины и соответствовать основным дидактическим принципам, которые обеспечивают соответствие излагаемого материала научно-методическим основам экономической деятельности. Основными из них являются целостность, научность, доступность, систематичность и наглядность.

Целостность лекции обеспечивается созданием единой ее структуры, основанной на взаимосвязи задач занятия и содержания материала, предназначенного для усвоения студентами.

Научность лекции предполагает соответствие материала основным положениям современной науки, абсолютное преобладание объективного фактора и доказательность выдвигаемых положений. Для научно обоснованной лекции характерны ясность, логичность, аргументированность, точность и сжатость.

Принцип доступности лекции предполагает, что содержание учебного материала должно быть понятным, а объем этого материала посильным для всех студентов. Это означает, что степень сложности лекционного материала должна соответствовать уровню развития и имеющемуся запасу знаний и

представлений студентов.

Систематичность лекционного материала определяется взаимосвязью изучаемого материала с ранее изученным, постепенным повышением сложности рассматриваемых вопросов, взаимосвязью частей изучаемого материала, обобщением изученного материала, стройностью изложения материала по содержанию и внешней форме его подачи, рубрикацией курса, темы, вопроса и единообразием структуры построения материала.

Принцип наглядности содержания лекции требует использования при чтении лекции визуальных носителей информации в виде презентаций, поскольку основной поток информации в учебном процессе воспринимается обучаемым зрительно. Демонстрационный материал во всех случаях должен играть подчиненную роль и не подменять содержания лекции. В каждый момент лекции необходимо демонстрировать только тот наглядный материал, который иллюстрирует излагаемые положения.

При проведении лекционных занятий по дисциплине используются следующие виды лекций: информационные, проблемные, лекции-визуализации, лекции с опорным конспектированием.

Основным признаком информационной лекции является простой способ передачи готовых знаний учащимся через монологическую форму общения.

В отличие от информационной лекции, в проблемной лекции, лекции-визуализации происходит активное освоение содержание обучения с включением механизмов творческого осмысления. В этом процессе учащиеся проявляют собственную активность в контексте диалогического взаимодействия и общения в ходе лекции.

Лекции проблемного характера отличает то, что процесс познания студентов приближается к поисковой, исследовательской деятельности. При этом обеспечивается достижение трех основных целей: усвоение студентами теоретических знаний, развитие теоретического мышления и формирование познавательного интереса к содержанию учебного предмета и профессиональной мотивации будущего специалиста. На такой лекции новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. При этом процесс познания студентов в сотрудничестве и диалоге с преподавателем приближается к исследовательской деятельности. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения.

Другая форма лекции – лекция-визуализация – является результатом поиска новых возможностей реализации известного в дидактике принципа наглядности, содержание которого меняется под влиянием данных психолого-педагогической науки, форм и методов активного обучения. Лекция-визуализация представляет собой визуальную форму подачи лекционного материала средствами компьютерной техники или аудио- и видеотехники (видео-лекция). Чтение такой лекции сводится к развернутому или краткому комментированию просматриваемых визуальных материалов.

Лучше использовать разные виды наглядности – натуральной,

изобразительной, символической. При переходе от текста к зрительной форме или от одного вида наглядности к другому теряется некоторое количество информации. Однако это может быть преимуществом, поскольку позволяет сконцентрировать внимание на наиболее важных аспектах и особенностях содержания лекции, способствовать его пониманию и усвоению.

2 Практические занятия (семинары)

Практические занятия являются важной частью учебного процесса в вузе. Они проводятся с целью закрепления лекционного материала, овладения понятийным аппаратом предмета, методами и приёмами исследования, изучаемыми в рамках учебной дисциплины. Главной целью такого рода занятий является научиться применению теоретических знаний на практике.

Содержание практических занятий по дисциплине «Бизнес-планирование» представлено в таблице.

Нед еля	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
1-3	I Теоретические основы бизнес-планирования	
1	Организационные цели и планирование	Планирование как способ организации экономики. Роль и место планирования в управлении предприятием. Планирование как наука и вид экономической деятельности. Сущность и структура объектов планирования. Предмет планирования. Временные границы планирования. Два аспекта планирования: общеэкономический и управленческий. Необходимость и возможность и планирования в организации. Бизнес как объект планирования. Сравнительный анализ традиционной системы планирования и бизнес-планирования. Проблемы применения бизнес-планирования в России. Планирование как инструмент для обеспечения динамичного развития бизнеса. Типы планирования и виды планов. Принципы планирования. Постановка организационных целей. Критерии SMART. Экономический механизм управления предприятия. Система планов: перспективное, среднесрочное, текущее планирование. Бизнес-план предприятия.
1-2	Сущность бизнес-планирования и основные этапы	Бизнес-план и его роль в системе управления предприятием. Бизнес-идея как инновационная основа бизнес – планирования. Цели бизнес-

Нед еля	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
	разработки бизнес-плана	планирования, задачи, исполнители. Виды бизнес-планов. Функции и принципы бизнес-планирования. Инициирование. Прогнозирование. Оптимизация. Координация и интеграция. Безопасность управления. Упорядочение. Контроль. Воспитание и обучение. Документирование. Функции бизнес – планов: внутренние и внешние. Заказчики и разработчики бизнес-планов. Отличие бизнес-планов от других плановых документов. Алгоритм действий по разработке бизнес-плана. Этапы разработки бизнес-плана и их характеристика. Информационное и программное обеспечение бизнес-планирования. COMFAR – методика ЮНИДО. Продукты компании «Про-Инвест-Консалтинг» - «Project Expert». Продукты компании «ИНЭК» - «Аналитик» и «Инвестор». Продукты компании «Альт-Инвест». Характеристики программных продуктов для разработки бизнес-планов, их преимущества и недостатки.
2-3	Структура и содержание основных разделов бизнес-плана	Роль и место бизнес-планов в системе внутрифирменного планирования. Понятие бизнес-плана, его функции и предназначение. Классификация бизнес-планов в зависимости от объектов планирования. Основные отличия бизнес-планов от стратегических планов и технико-экономического обоснования (ТЭО). Методики бизнес-планирования. Последовательность бизнес-процессов в ходе разработки бизнес-плана. Типовая структура документа и возможности ее изменения. Оформление и стиль бизнес-плана. Последовательность бизнес-процессов в ходе разработки бизнес-плана. Законодательные основы при разработке бизнес-плана. Резюме – основное назначение и содержание. Ситуация в настоящее время – назначение, ключевые вопросы. Характеристика объекта бизнеса – назначение раздела и ключевые вопросы. Исследование и анализ рынка – назначение раздела и ключевые вопросы. Организационный план - назначение раздела и

Нед еля	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		ключевые вопросы. Персонал и управление - назначение раздела и ключевые вопросы. План производства - назначение раздела и ключевые вопросы. План маркетинговых действий - назначение раздела и ключевые вопросы. Потенциальные риски - назначение раздела и ключевые вопросы. Финансовый план -назначение раздела и ключевые вопросы. Инвестиционный план - назначение раздела и ключевые вопросы. Содержание приложений. Специфика бизнес-планов предприятий торговли. Специфика бизнес-плана при строительстве объекта недвижимости. Разработка бизнес-плана на продолжение деятельности. Бизнес-план финансового оздоровления предприятия. Правовые аспекты процедуры банкротства. Структура бизнес-плана финансового оздоровления предприятия. Показатели для анализа финансового состояния предприятия. План мероприятий по финансовому оздоровлению предприятия. Значение бизнес-плана для начинающего предпринимателя. Содержание плана и исходные данные для его разработки. Выбор сферы деятельности и правовой формы предпринимательской деятельности. Экономический расчет бизнес-операции. Формирование финансовой части бизнес-плана.
4-16	II Основные разделы бизнес-плана	
4-5	Резюме бизнес-плана и описание компании	Требования к содержанию титульного листа, меморандум конфиденциальности. Роль резюме как раздела бизнес-плана. Содержание резюме. Цель и задачи бизнес плана. Источники внутренней информации, позволяющие разрабатывать бизнес-план. Организационно-правовая форма предприятия. Описание предприятия, его специализация. Понятие предпринимательской идеи. Внешние стимулы и внутренние побудительные силы, основные субъективные факторы возникновения предпринимательских идей. Основные источники предпринимательских ценностей. Фазы отбора, оценки и реализации предпринимательских идей в

Нед еля	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		бизнес-плане. Миссия и цели предприятия. Классификация целей. Структуризация целей и построение «Дерева целей». Основные внешние и внутренние факторы развития предприятия. Содержание резюме и типовые ошибки его написания. Краткое содержание основных разделов бизнес-плана, согласно различным предлагаемым методикам бизнес-планирования. 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.
5-6	Анализ рыночной ситуации	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. Методы анализа внутренней и внешней среды бизнеса. Методики SWOT-анализа, PEST-анализа. Методы оценки внутренней среды бизнеса. Конкурентный анализ. Построение бизнес-модели (подход А.Остервальдера). Сильные и слабые возможности бизнеса, возможности и угрозы среды для реализации бизнес-идеи
7	План маркетинга и план продаж	Анализ продаж за предшествующий период (для существующего бизнеса). Анализ эластичности спроса по цене и доходу. Сегментация рынка. Определение емкости рынка. Параметры TAM, SAM, SOM, PAM. Прогноз развития рынка. Планирование ассортимента. Оценка конкурентоспособности товара. Планирование

Нед еля	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		цены. Прогнозирование величины продаж. Маркетинговые стратегии. 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. Выбор средств продвижения бизнес-идеи.
8	План производства	Выбор места размещения предприятия. Производственный процесс и его обеспечение. Оценка потребности в производственных мощностях. Расчет производственной мощности. Развитие производственных мощностей за счет приобретения и аренды. Структура и показатели производственной программы. Формирование портфеля заказов. Планирование необходимого объема материальных, энергетических и трудовых ресурсов. Расчёт себестоимости продукции. Планирование сметы затрат на производство продукции. Производственный цикл. Анализ выполнения плана производства. Анализ портфеля заказов.. 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. Оценка необходимости аутсорсинга и аутстаффинга. Оценка возможности и целесообразности применения лизинга.
9	Организационный план	Организационная структура предприятия. Планирование организационной структуры: требования, принципы и факторы, определяющие оргструктуру предприятия. Преимущества и недостатки оргструктур управления. Этапы разработки проекта структуры предприятия. План организационных мероприятий. Использование

Нед еля	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		графических приемов организационного планирования. Сведения о ключевых менеджерах и владельцах. Планирование потребности в персонале. Кадровая политика и развитие персонала. Планирование трудоемкости производственной программы. Состав средств на оплату труда. Анализ фонда заработной платы. Планирование фонда заработной платы. Распределение ролей в команде.
10- 11	Финансовый план	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. Структура финансового плана: прогноз о прибылях и убытках, прогноз денежных поступлений и выплат, балансовый прогноз. Особенности планирования денежных поступлений и выплат. График достижения безубыточности. Стратегия финансирования. Возможности привлечения финансовых средств. Отчет о движении денежных средств (Cash-Flow).
12- 13	Оценка экономической эффективности проекта и его рисков	Причины возникновения рисков. Классификация рисков. Гарантии инвесторам. Хозяйственный риск: сущность, место и роль в планировании. Внешние и внутренние риски. Определение источников рисков и вероятности их возникновения. Классификация рисков: маркетинговые риски, технологические риски, финансовые риски, политические и правовые

Нед еля	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		риски, строительные риски и др. Разработка мер по снижению рисков и потерь. Программа страхования от рисков. Показатели риска и методы его оценки. Методы снижения риска: страхование, поручительство, распределение риска, резервирование средств. План окупаемости проекта, критерии и показатели эффективности бизнес-плана. Укрупненный план-баланс. Обоснование ставки дисконтирования. Расчет чистой приведенной стоимости (NPV) и внутренней нормы доходности (IRR). Социальная, бюджетная, экологическая эффективность. Оценка рисков инвестиционной привлекательности проекта. Определение потребности в инвестициях и источниках их финансирования. Прогноз показателей финансового состояния. Государственные приоритеты в области поддержки бизнеса и основные направления стимулирования государством его развития. Выбор и обоснование режима налогообложения для бизнеса.
14-16	Презентация проекта для заинтересованных сторон	Методы проведения экспертизы бизнес-планов. Требования к оформлению и презентации бизнес-плана. Инвестиционное и коммерческое предложение. Цель, задачи, структура инвестиционного и коммерческого предложения, заинтересованные лица. Структура и последовательность процесса реализации бизнес-плана. Основные проблемы: причины и последствия возникновения. Подготовка уникального торгового предложения (УТП) и коммерческого предложения (КП). Продакт-деки и инвест-деки. Работа с возражениями инвесторов.

Практические занятия — метод обучения, обеспечивающий связь теории и практики, содействующий выработке у студентов умений и навыков применения знаний, полученных на лекции и в ходе самостоятельной работы.

Практические занятия представляют собой занятия по решению различных прикладных задач, образцы которых были даны на лекциях. В итоге у каждого обучающегося должен быть выработан определенный профессиональный подход к решению каждой задачи.

Практические занятия по курсу могут проводиться в различных формах. Рекомендуются активные формы занятий, такие как дискуссия, деловая игра, тренинг. Преподавателю важно давать задания в соответствии с возможностями обучающихся на данной стадии обучения, чтобы обеспечить им уверенность в своих силах.

Практическое занятие должно опираться на известный теоретический материал, который изложен или на который дана соответствующая ссылка в лекции.

Практическое занятие должно быть нацеленным на формирование определенных умений и закрепления определенных навыков, поэтому цель занятия должна быть заранее известна и понятна преподавателю и обучающимся. Лучше иметь сформулированные в письменном виде цель, задачи, содержание и последовательность занятия, ожидаемый результат.

Одно или несколько занятий желательно провести в компьютерном классе с доступом в глобальную сеть. Целью такого занятия может быть помощь в организации выполнения заданий самостоятельной работы, которые ориентированы на поиск информации в Интернет.

Обучающиеся должны всегда видеть ведущую идею курса и ее связь с практикой. Это придает учебной работе актуальность, утверждает необходимость овладения опытом профессиональной деятельности, связывает её с практикой жизни. В таких условиях задача преподавателя состоит в том, чтобы больше показывать обучающимся практическую значимость ведущих научных идей и принципиальных научных концепций и положений.

Примерные цели практических занятий:

- 1) помочь обучающимся систематизировать, закрепить и углубить знания теоретического характера;
- 2) научить студентов приемам решения практических задач, способствовать овладению навыками;
- 3) формировать умение учиться самостоятельно, т.е. овладевать методами, способами и приемами самообучения, саморазвития и самоконтроля.

Содержание практических занятий и методика их проведения должны обеспечивать развитие творческой активности личности. Они развивают научное мышление и речь обучающихся, позволяют проверить их знания, выступают важным средством оперативной обратной связи. Поэтому практические занятия должны выполнять не только познавательную и воспитательную функции, но и способствовать росту их креативности.

Практические занятия проводятся в двух формах: выполняются индивидуально и в групповой форме. При разработке практических занятий должна быть учтена форма их проведения и возможности интерактивного обучения. Групповая форма предполагает обсуждение слушателями конкретной проблемы в группе по каждому этапу изучения дисциплины.

Прежде чем приступить к изучению темы, необходимо прокомментировать основные вопросы плана лекции. Такой подход

преподавателя помогает студентам быстро находить нужный материал к каждому из вопросов, не задерживаясь на второстепенном.

Важно развивать у студентов умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал.

Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования у студентов.

Преподаватель может рекомендовать студентам следующие основные формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы.

Преподаватель может предложить студентам подумать над постановкой таких вопросов по теме лекции, которые вызовут интерес своей неоднозначностью, противоречивостью, разделят участников семинара на оппонирующие группы. А это как раз то, что нужно для дискуссии, для активизации, для поиска студентами истины, которая, как известно, рождается в споре. Само собой разумеется, что и в арсенале преподавателя должны быть заготовлены вопросы для создания проблемных ситуаций, если они не будут созданы выступлениями студентов.

В процессе подготовки, прорабатывая предложенные вопросы, студент определяет для себя один-два из них (можно, конечно и больше), в которых он чувствует себя наиболее уверенно и в качестве консультанта или оппонента намерен задать тон на семинаре.

Практические занятия предполагают не просто обсуждение студентами учебного материала, а выполнение ими определенных практических заданий. Систему таких заданий часто называют практикумом.

Функции практических занятий:

- 1) закрепление теоретических знаний на практике;
- 2) усвоение умений исследовательской работы;
- 3) усвоение умений практической работы;
- 4) применение теоретических знаний для решения практических задач;
- 5) самопознание;
- 6) саморазвитие.

Соответствующие задачи ставятся преподавателем при планировании каждой работы. Те или иные функции могут выдвигаться на первый план в зависимости от того, в рамках каких образовательных программ проводятся занятия.

Практическое занятие (семинар) – один из наиболее сложных и в то же время плодотворных видов (форм) вузовского обучения и воспитания. В условиях высшей школы семинар – один из видов практических занятий, проводимых под руководством преподавателя.

Целью практических занятий (семинаров) является:

- 1) закрепление методов анализа;
- 2) проверка уровня понимания студентами вопросов, рассмотренных на лекциях и по учебной литературе, степени и качества усвоения материала студентами;
- 3) обучение навыкам решения поставленных задач и умение подобрать необходимый метод решения;

4) восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказание помощи в его усвоении.

При условии соблюдения требований методики их проведения семинары выполняют многогранную роль:

1) стимулируют регулярное изучение студентами первоисточников и другой литературы, а также внимательное отношение к лекционному курсу;

2) закрепляют знания, полученные студентами при прослушивании лекции и самостоятельной работе над литературой;

3) расширяют круг знаний благодаря выступлениям товарищей и преподавателя на занятии;

4) позволяют студентам проверить правильность ранее полученных знаний, вычленив в них наиболее важное, существенное;

5) способствуют превращению знаний в твердые личные убеждения, рассеивают сомнения, которые могли возникнуть на лекциях и при изучении литературы, что особенно хорошо достигается в результате столкновения мнений, дискуссии;

6) прививают навыки самостоятельного мышления, устного выступления по теоретическим вопросам, оттачивают мысль, приучают студентов свободно оперировать терминологией, экономическими понятиями и категориями;

7) предоставляют возможность преподавателю систематически контролировать уровень самостоятельной работы студентов над первоисточниками, другим учебным материалом, степень их внимательности на лекциях;

8) позволяют изучить мнения, интересы студентов, служат средством контроля преподавателя не только за работой студентов, но и за своей собственной как лектора и руководителя семинара, консультанта и т. д.

При разработке методики семинарских занятий важное место занимает вопрос о взаимосвязи между семинаром и лекцией, семинаром и самостоятельной работой студентов, о характере и способах такой взаимосвязи. Семинар не должен повторять лекцию, и, вместе с тем, его руководителю необходимо сохранить связь принципиальных положений лекции с содержанием семинарского занятия.

При подготовке к семинару студентами осуществляется весьма объемная работа по углубленному проникновению в суть вынесенной для обсуждения проблемы. В ходе семинара студент учится публично выступать, видеть реакцию слушателей, логично, ясно, четко, грамотным литературным языком излагать свои мысли, проводить доводы, формулировать аргументы в защиту своей позиции.

На семинаре каждый студент имеет возможность критически оценить свои знания, сравнить со знаниями и умениями их излагать других студентов, сделать выводы о необходимости более углубленной и ответственной работы над обсуждаемыми проблемами.

В ходе семинара каждый студент опирается на свои конспекты, сделанные на лекции, собственные выписки из учебников, первоисточников,

статей, другой специальной литературы, на словарь по данной теме. Семинар стимулирует стремление к совершенствованию конспекта, желание сделать его более информативным, качественным.

От семинара к семинару, на всех его этапах и их коррекции студент поднимается на более высокую ступеньку собственной зрелости, своего мнения более эффективно работать над проблемами, непосредственно относящимися к его будущей профессии.

Семинар – эффективная форма закрепления полученных по обсуждаемой проблеме знаний, видения этой проблемы в целом, осознания ее соотнесенности с другими темами в рамках целостной концепции.

С точки зрения методики проведения семинар представляет собой комбинированную, интегративную форму учебного занятия. Он предполагает возможность использования рефератов, фрагментов первоисточников, устных и письменных понятийных диктантов, тестов, заданий типа «закончите предложение» и др.

Для стимулирования самостоятельного мышления на занятиях используются различные активные методы обучения: проблемные ситуации, игры, педагогические задачи, тесты, интерактивный опрос.

В практике семинарских занятий используется следующий ряд форм: развернутая беседа, семинар-диспут, комментированное чтение, упражнения на самостоятельность мышления, письменная (контрольная) работа, семинар-коллоквиум и другие.

1. Развернутая беседа – наиболее распространенная форма семинарских занятий. Она предполагает подготовку всех студентов по каждому вопросу плана занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы; выступления студентов (по их желанию или по вызову преподавателя) и их обсуждение; вступление и заключение преподавателя. Развернутая беседа позволяет вовлечь в обсуждение изучаемой проблематики наибольшее число студентов, разумеется, при использовании всех средств их активизации: постановки хорошо продуманных, четко сформулированных дополнительных вопросов к выступающему и всей группе, умелой концентрации внимания студентов на сильных и слабых сторонах выступлений студентов, своевременном акцентировании внимания и интереса студентов на новых моментах, вскрывающихся в процессе работы и т. д.

Развернутая беседа не исключает, а предполагает и заранее запланированные выступления отдельных студентов по некоторым дополнительным вопросам. Но подобные сообщения выступают здесь в качестве не основы для обсуждения, а лишь дополнения к уже состоявшимся выступлениям.

2. Семинар-диспут имеет ряд достоинств. Кроме других задач, обычно реализуемых на семинаре, эта форма наиболее удобна для выработки у студентов навыков полемиста. Диспут может быть и самостоятельной формой семинара, и элементом других форм практических занятий. В первом случае наиболее интересно проходят такие занятия при объединении двух

или нескольких семинарских групп, когда с докладами выступают студенты одной группы, а оппонентами – другой, о чем договариваются заранее. Вопросы, выносимые на подобные семинары, должны всегда иметь теоретическую и практическую значимость.

Диспут как элемент обычного семинара может быть вызван преподавателем в ходе занятия или же заранее планируется им. Полемика возникает подчас и стихийно. В ходе полемики студенты формируют у себя находчивость, быстроту мыслительной реакции и, главное, отстаиваемое в споре мировоззрение складывается у них как глубоко личное.

3. Комментированное чтение первоисточников на семинаре преследует цель содействовать более осмысленной и тщательной работе студентов над рекомендуемой специальной литературой. Чаще всего оно составляет лишь элемент обычного семинара в виде развернутой беседы и длится всего 15-20 минут. Комментированное чтение позволяет приучать студентов лучше разбираться в специальных источниках. Комментирование может быть выделено в качестве самостоятельного пункта плана семинара.

4. Упражнения на самостоятельность мышления обычно входят в качестве одного из элементов семинарского занятия. Преподаватель подбирает задания, практические задачи, мини-кейсы, выполнение и решение которых требует от студентов самостоятельной мыслительной активности, проявление способности применять полученные знания в конкретной практико-ориентированной ситуации. Решение задач на самостоятельность мышления содействует формированию у студентов способности более глубоко вникать в профессиональные проблемы.

5. Контрольные (письменные) работы / тесты также практикуются на семинарах. На них может быть отведено от 15 минут до целой пары. Тема работы может быть сообщена студентам заранее, а иногда и без предупреждения по одному из пунктов плана текущего семинара. Такая работа носит характер фронтальной проверки знаний всех студентов по определенному разделу курса. Содержание работ анализируется преподавателем на очередном занятии, что вызывает всегда обостренный интерес студентов и активизирует их последующую подготовку к семинарским занятиям. Если на контрольную работу отводится 15-45 минут, то после ее написания работа семинара продолжается обычным порядком. В течение семинарского курса целесообразно провести несколько контрольных работ различных типов.

6. Коллоквиумы-собеседования преподавателя со студентами проводятся в конце изучаемого курса с целью выяснения знаний по обобщенным темам дисциплины, их углубленного изучения.

В целях эффективности семинарских занятий необходима обстоятельная подготовка к их проведению как со стороны преподавателей, так и обучающихся. Преподаватель в начале семестра (учебного года) должен обеспечить обучающихся методическими материалами для своевременной подготовки их к активным формам занятий, в том числе и к семинарам. Во время лекций, связанных с темой семинарского занятия,

следует обратить внимание обучающихся на то, что необходимо дополнительно изучить при подготовке к семинару (новые официальные документы, статьи в периодических журналах, вновь вышедшие монографии и т. д.).

Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по данной дисциплине.

Начиная подготовку к семинарскому занятию, необходимо, прежде всего, указать студентам страницы в конспекте лекций, разделы учебников и учебных пособий, чтобы они получили общее представление о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует рекомендовать им поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным источникам.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемой книги, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора.

Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

Нередко среди начинающих преподавателей можно встретить людей, полагающих, будто записи – дело простое, требующее, в основном, усилий рук, а не головы. Это сугубо ошибочное представление. Полноценные записи отражают не только содержание прочитанного, но и результат мыслительной деятельности студента.

Важно развивать у студентов умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал. Поэтому написание конспектов по рассматриваемым вопросам является обязательным элементом подготовки студентов к аудиторным занятиям.

Желательно, чтобы на занятии студент излагал материал свободно. Прикованность к конспекту объясняется обычно следующими причинами:

а) плохо продумана структура изложения, вопрос не осмыслен во всей его полноте, студент боится потерять нить мыслей, нарушить логическую последовательность высказываемых положений, скомкать выступление;

б) недостаточно развита культура устной речи, опасение говорить «коряво» и неубедительно;

в) материал списан из учебных пособий механически, без достаточного осмысливания его;

г) как исключение, материал списан у товарища или же используется чужой конспект.

Любая из перечисленных причин, за исключением второй, говорит о поверхностной или же просто недобросовестной подготовке студента к

занятию.

Важно научить студентов во время выступления поддерживать постоянную – связь с аудиторией, быстро, не теряясь, реагировать на реплики, вопросы, замечания, что дается обычно не сразу, требует постоянной работы над собой. Выступающий обращается к аудитории, а не к преподавателю, как школьник на уроке. Контакт со слушателями – товарищами по группе – помогает студенту лучше выразить свою мысль, реакция аудитории позволит ему почувствовать сильные и слабые стороны своего выступления. Без «обратной связи» со слушателями выступление студента – это разговор с самим собой, обращение в пустоту; ему одиноко и неуютно за кафедрой, Поэтому на семинаре неплохо ввести в традицию анализ не только содержания выступлений, но и их формы – речи, дикции, поведения за кафедрой, характера общения с аудиторией.

Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Финансы», представлен в таблице.

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид занятий (лекция, семинары, практические занятия)	Коли- честв о ак. час.	Наименование активных и интерактивных форм проведения занятий
I	Теоретические основы бизнес-планирования			
1	Организационные цели и планирование	лекция / практическое занятие	2	Проблемная лекция с обсуждением отличий традиционной системы планирования и системы бизнес-планирования, групповая дискуссия, решение тестов и задач
2	Сущность бизнес-планирования и основные этапы разработки бизнес-плана	лекция / практическое занятие	1	лекция-беседа, диспут, семинар с разбором конкретных ситуаций, тесты, решение контрольных работ
3	Структура и содержание основных разделов бизнес-плана	лекция / практическое занятие	4	Проблемная лекция, семинар с разбором конкретных ситуационных заданий, тесты
II	Основные разделы бизнес-плана			
4	Резюме бизнес-плана	лекция / практическое занятие	1	лекция-беседа, дискуссия, разбор ситуационных задач
5	Анализ рыночной ситуации	лекция / практическое	8	Проблемная лекция и групповое обсуждение, се-

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид занятий (лекция, семинары, практические занятия)	Коли честв о ак. час.	Наименование активных и интерактивных форм проведения занятий
		занятие		минар с разбором конкретных ситуаций, тесты, решение контрольных работ, деловая игра, доклады
6	План маркетинга и план продаж	лекция / практическое занятие	2	Проблемная лекция и групповое обсуждение, се- минар с разбором конкретных ситуаций, тесты, решение контрольных работ, деловая игра, доклады
7	План производства	лекция / практическое занятие	2	лекция-беседа, дискуссия, разбор ситуационных задач тесты, решение контрольных работ, доклады
8	Организационный план	лекция / практическое занятие	2	Проблемная лекция и групповое обсуждение, се- минар с разбором конкретных ситуаций, тесты, решение контрольных работ, деловая игра, доклады
9	Финансовый план	лекция / практическое занятие	4	лекция-беседа, дискуссия, разбор ситуационных задач тесты, решение контрольных работ, деловая игра, доклады
10	Оценка экономической эффективности проекта и его рисков	лекция / практическое занятие	6	Лекция-беседа, диспут, решение ситуационных задач, тесты, доклады
11	Презентация проекта для заинтересованных сторон	лекция / практическое занятие	6	Проблемная лекция, групповое обсуждение, доклады, разбор ситуационных задач

В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов,

осуществляющих учебный процесс по собственной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины базируется на следующих возможностях: обеспечение внеаудиторной работы со студентами в том числе в электронной образовательной среде с использованием соответствующего программного оборудования, дистанционных форм обучения, возможностей интернет-ресурсов, индивидуальных консультаций и т.д.

3 Оценочные средства по дисциплине

Оценочные средства по дисциплине обеспечивают проверку освоения планируемых результатов обучения посредством мероприятий текущей и промежуточной аттестации.

3.1 Зачет

а) типовые вопросы:

1. Планирование как способ организации экономики.
2. Место и роль планирования в современной рыночной экономике.
Два аспекта планирования: общеэкономический и управленческий.
3. Необходимость и возможность планирования в организации.
4. Бизнес как объект планирования.
5. Сравнительный анализ традиционной системы планирования и бизнес-планирования.
6. Проблемы применения бизнес-планирования в России.
7. Типичные недостатки (ошибки) при разработке бизнес-планов.
8. Основные объекты бизнес-планирования. Понятие бизнес-проекта.
9. Классификация и особенности различных типов бизнес-проектов.
10. Поиск и выбор источников финансирования бизнес-проекта.
11. Цель и задачи бизнес-планирования.
12. Основные функции бизнес-планирования.
13. Основные виды бизнес-планов.
14. Основные этапы бизнес-планирования.
15. Рекомендации по оформлению бизнес-плана.
 - а. Программные продукты для бизнес-планирования, их функционал
16. Структура типичного бизнес-плана.
17. Задачи и содержание резюме бизнес-плана.
18. Техничко-экономические исследования при составлении и обосновании бизнес-плана предприятия.
19. Задачи и содержание раздела «Характеристика отрасли, фирмы и предлагаемых товаров (услуг)» бизнес-плана.
20. Основные характеристики отрасли для целей бизнес-планирования.
21. Основные характеристики продукции (услуг) для целей бизнес-

планирования.

22. Задачи и содержание раздела «Маркетинговый план» бизнес-плана.
23. Стратегия и план маркетинга.
24. Сегментация и емкость рынка.
25. Задачи и содержание раздела «Организационный план» бизнес-плана.
26. Задачи и содержание раздела «Производственный план» бизнес-плана.
27. Производственная мощность: анализ основных показателей.
28. Расчет потребности в сырье и материалах.
29. Задачи и содержание раздела «Финансовый план» бизнес-плана.
30. Финансовый анализ: расчет основных показателей.
31. Задачи и содержание раздела «Оценка рисков и страхование» бизнес-плана.
32. Методы оценки рисков в бизнес-планировании.
33. Способы снижения негативных последствий рисков.
34. Методика анализа бизнес-плана.
35. Операционный анализ в бизнес-планировании: роль и возможности.
36. Расчет порога рентабельности и зоны безопасности (финансовой устойчивости).
37. Определение оптимального объема выпуска, учет операционного рычага.
38. Основы анализа эффективности бизнес-проектов: понятие эффективности, основные показатели.
39. Учет фактора времени при оценке эффективности инвестиций в бизнес-проект.
40. Учет факторов инфляции, риска и ликвидности при оценке инвестиций в бизнес-проект.
41. Методы оценки эффективности инвестиций и обоснование их экономической целесообразности.
42. Требования к показателям эффективности инвестиционных проектов.
43. Коммерческая эффективность.
44. Бюджетная эффективность.
45. Экономическая эффективность.
46. Источники инвестиций.
47. Разработка инвестиционной стратегии.
48. Программы государственной поддержки бизнеса
49. Институты поддержки развития МСП в России
50. Уникальное торговое предложение.
51. Презентация проекта для инвестора: основные составляющие и типичные ошибки.
52. Коммерческое предложение и его структурные элементы. Правила составления коммерческих предложений.

б) критерии оценивания компетенций (результатов):

Зачет проводится устно и включает в себя ответ на два теоретических вопроса из различных разделов курса и защиту разработанного командой из 2 человек бизнес-плана по самостоятельно выбранной и сформулированной бизнес-идее. Освоение дисциплины оценивается по стобалльной системе, используемой в ИАТЭ НИЯУ МИФИ. Допуск к зачету по дисциплине осуществляется при количестве набранных в течение семестра баллов более 36. За семестр студент может набрать от 36 до 60 баллов.

Минимальный балл за ответ на зачете – 24, максимальный балл – 40.

Максимальная суммарная оценка за зачет составляет 40 баллов с учетом того, что максимальная оценка работы в семестре по контрольным точкам составляет 60 баллов.

Ответ студента на зачете оценивается по следующим критериям:

- правильность, полнота и логичность построения ответа;
- умение оперировать специальными терминами;
- использование в ответе дополнительного материала;
- умение иллюстрировать теоретические положения практическим материалом;
- владение актуальными статистическими данными по теме вопроса

Баллы	Критерии оценки
36-40	Студент должен: - продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала; - исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; - правильно формулировать определения; - продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; - уметь сделать выводы по излагаемому материалу; В представленном к защите бизнес-плане представлены и обоснованы все необходимые разделы, соблюдены требования к оформлению. Презентация проекта выполнена на высоком уровне, даны исчерпывающие ответы на вопросы по бизнес-идее и ее реализации.
30-35	Студент должен: - продемонстрировать достаточно полное знание программного материала; - продемонстрировать знание основных теоретических понятий; - достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу; В представленном к защите бизнес-плане представлены и в целом обоснованы все необходимые разделы, соблюдены требования к

	оформлению. Презентация проекта выполнена на достаточно высоком уровне, даны исчерпывающие ответы на вопросы по бизнес-идее и ее реализации.
24-29	Студент должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу. В представленном к защите бизнес-плане представлены и в целом обоснованы все необходимые разделы, частично соблюдены требования к оформлению. Презентация проекта выполнена на среднем уровне, даны ответы на вопросы по бизнес-идее и ее реализации, но в расчетах и ответах имеется ряд неточностей.
менее 24	Студент демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - невладение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу. Бизнес-план не представлен или представлен с грубыми ошибками. Не раскрыто содержание тематических разделов бизнес-плана, нарушены требования к оформлению и оригинальности. Студент не владеет материалом и не отвечает на вопросы или отвечает на них фрагментарно, с грубыми ошибками.

3.2 Устный опрос

Оценочные средства представлены тематикой и вопросами, разработанными для обсуждения на семинарских занятиях.

Тема 1.

Вопросы:

1. Типы планирования и виды планов.
2. Принципы планирования.
3. Постановка организационных целей. Критерии SMART.
4. Система планов: перспективное, среднесрочное, текущее планирование.
5. Бизнес-план предприятия.
6. Сравнительная характеристика традиционной системы планирования и системы бизнес-планирования деятельности организации

Тема 2.

Вопросы:

1. Бизнес-идея и способы ее генерации и формализации
2. Виды бизнес-планов.

3. Функции и принципы бизнес-планирования.
4. Заказчики и разработчики бизнес-планов.
5. Этапы разработки бизнес-плана и их характеристика.

Тема 3.

Вопросы:

1. Специфика бизнес-планов предприятий торговли.
2. Специфика бизнес-плана при строительстве объекта недвижимости.
3. Разработка бизнес-плана на продолжение деятельности.
4. Бизнес-план финансового оздоровления предприятия.
5. Основные методики составления бизнес-планов (подход UNIDO)
- б) критерии оценивания компетенций (результатов):

Устный опрос проходит в форме развернутой беседы – творческой дискуссии, основанной на подготовке всей группы по объявленной заранее теме при максимальном участии в обсуждении студентов группы. Как правило, один студент раскрывает один вопрос темы, давая наиболее полный ответ. Остальные делают дополнения, высказывают различные суждения и аргументацию, могут задавать вопросы друг другу и преподавателю. Преподаватель направляет ход дискуссии, обращая внимание на существующие научные и практические проблемы обсуждаемой темы, предлагая студентам найти собственное их решение.

в) описание шкалы оценивания:

Максимальная оценка за устное выступление и работу на семинарском занятии – 5 баллов.

5 баллов – студент дает полный ответ на поставленный вопрос, его речь свободна и грамотна, конспект не зачитывается, а используется лишь как опорный, студент делает важные дополнения по существу других вопросов, значительно проясняющие отдельные аспекты, которые не являются повторами, хорошо разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует знание источников, библиографии, различных точек зрения по изучаемой теме, умеет анализировать тексты, приходит к самостоятельным аргументированным выводам и отстаивает свою точку зрения, соблюдает нормы литературной речи.

2 балла – студент хорошо разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует умение критически анализировать источники и различные точки зрения по обсуждаемой проблеме, приходит к самостоятельным аргументированным выводам, однако не проявляет активность в работе группы на семинаре (готовится и отвечает только на один вопрос семинарского занятия).

1 балл – студент неполно владеет материалом, при изложении фактического материала допускает отдельные неточности, знает различные точки зрения по обсуждаемой проблеме, но возникают трудности с их анализом, умеет

излагать собственную позицию, но не все выводы носят доказательный характер, при ответе активно пользуется конспектом вплоть до его зачитывания.

3.3 Рефераты (с последующим представлением докладов на «круглом столе»)

1. Бизнес-план как инструмент рыночного управления и развития фирмы.
2. Проблемы поиска деловой информации в бизнес-планировании.
3. Характеристика патентной защищенности предлагаемых товаров (услуг) или технологий их производства.
4. Учет мнений потребителей при разработке новых товаров или их модернизации.
5. Исследование факторов, влияющих на спрос товаров (услуг).
6. Изучение потребностей потенциальных покупателей и перспективы их изменения.
7. Прогнозирование развития емкости сегментов рынка.
8. Конкуренты фирмы как объект исследования бизнес-среды.
9. Сравнительный анализ конкурентоспособности товаров фирмы.
10. Основные проблемы продвижения новых товаров фирмы на рынки и пути их решения.
11. Планирование мероприятий по достижению оптимального объема продаж и получению максимальной прибыли.
12. Планирование реализации продукции и эффективность методов реализации.
13. Планирование послепродажного обслуживания клиентов.
14. Методика составления плана маркетинга для различных видов деятельности.
15. Циклограмма производства и реализации продукции.
16. Методика разработки производственных планов для различных видов деятельности.
17. Варианты расчетов в финансовом плане: оптимистический, пессимистический, наиболее вероятный.
18. Оценка вероятности возникновения рисков и ожидаемого ущерба.
19. Особенности оценки рисков для крупных и простых проектов.
20. Порядок и методы представления информации о правовых аспектах деятельности фирмы
21. Оценка потребностей в инвестициях и источников их финансирования.
22. Особенности разработки приложений к бизнес-плану.
23. Особенности переговоров с предпринимателями различных стран.
24. Методика проведения презентации бизнес-плана для различных видов деятельности.
25. Программные продукты для бизнес-планирования и их функционал
26. Бизнес-план венчура

27. Бизнес-план оздоровления организации
28. Бизнес-план для диверсификации деятельности
29. Институты поддержки МСП в РФ
30. Институты, государственные программы и механизмы поддержки молодых предпринимателей

Показатели и критерии оценки реферата

Показатели оценки	Критерии оценки	Баллы (max)
1. Новизна реферированного текста	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений	2
2. Степень раскрытия сущности проблемы	- соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.	2
3. Обоснованность выбора источников	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).	2
4. Соблюдение требований к оформлению	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев. - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.	2
5. Презентация на «круглом столе»	- качество и полнота презентации; - соблюдение требований к презентации по оформлению	2

Доклад – устное выступление студента, являющееся результатом его самостоятельной подготовки по заранее полученной теме и в соответствии с требованиями к самостоятельной работе студентов.

Выступление во время доклада, как правило, рассчитано на 6-7 минут, не может превышать установленное время, должно строго соответствовать объявленной теме. Приветствуются доклады с дополнительным использованием презентаций и мультимедийной техники.

Во время выступления студент может использовать свободную речь близко к тексту доклада, однако вправе зачитывать подготовленный им текст, демонстрируя владение материалом. Речь должна быть четкой, выразительной и эмоциональной. Обязательным элементом процедуры доклада является его обсуждение. Студентам группы предлагается задавать докладчику вопросы по теме доклада, вопросы может задавать и преподаватель. По окончании доклада организуется дискуссия.

Домашняя (внеаудиторная) подготовка доклада оценивается до 1 балла, выступление и ответы на вопросы на «круглом столе» – до 1 балла. Итого за выполнение данного задания студент может получить до 2 баллов.

Критерии оценки устного выступления.

2 балла (максимальная оценка) – выступление (доклад) отличается последовательностью, логикой изложения, легко воспринимается аудиторией, при ответе на вопросы выступающий демонстрирует глубину владения представленным материалом, ответы формулируются аргументированно, обосновывается собственная позиция в проблемных ситуациях.

1 балл – выступающий передает содержание проблемы, но не демонстрирует умение выделять главное, существенное, выступление воспринимается аудиторией достаточно сложно, ответы на вопросы поверхностные, либо вызывают у докладчика затруднение.

0 баллов – доклад краткий, поверхностный, несамостоятельный, докладчик не разбирается в сути вопроса, не может представить его в аудитории.

3.4 Тестовые задания

а) примеры тестов:

1. Самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный предпринимателем или объединением предпринимателей для производства продукции (работ, услуг) в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли, называется:

1. рынком,
2. промышленностью,
3. отраслью

4. фирмой

2. Философия и смысл существования фирмы выражается в:

1. целях фирмы
2. миссии фирмы
3. задачах фирмы
4. все вышеперечисленное

3. Предпринимательство в России возникло и стало широко распространяться :

1. в 15-16 веке
2. в 17-18 веке
3. в 19-20 веке
4. в 13-14 веке

4. К внешней среде предприятия не относится:

1. Население,
2. поставщики
3. правительство и местные органы власти.
4. бухгалтерия

5. Какие из видов предпринимательской деятельности относятся к производственному предпринимательству?

1. торговое, торгово–закупочное, торгово–посредническое, товарные биржи.
2. банковское, страховое, аудиторское, лизинговое, фондовые биржи.
3. инновационное, научно – техническое, производство товаров, оказание услуг, ин-формационное.
4. консультации по общему управлению, администрированию, финансовому управлению, управлению кадрами, маркетингу, производству, информационным технологиям и т.д.

6. Объектом коммерческого предпринимательства служит:

1. операции по купле – продаже товаров и услуг,
2. деятельность по производству продукции, товаров, услуг, работ и пр.
3. коммерческие банки и фондовые биржи.
4. советы по различным вопросам.

7. Объектом финансового предпринимательства служит:

1. операции по купле – продаже товаров и услуг,
2. деятельность по производству продукции, товаров, услуг, работ и пр.
3. коммерческие банки и фондовые биржи.*
4. советы по различным вопросам.

8. К организационно – правовым формам предпринимательства относят:

1. концерн, ассоциацию, консорциум, синдикат, картель, финансово – промышленные группы.
2. товарищества, общества, кооперативы.
3. частно – предпринимательская фирма, партнерство и корпорация.
4. все ответы верны.

9. К организационно – экономическим формам предпринимательства относят:

1. концерн, синдикат, картель, финансово – промышленные группы.
2. спортивные клубы
3. религиозные организации
4. партии

10. Объединение сбыта продукции предпринимателями одной отрасли с целью устранения излишней конкуренции между ними, называется:

1. ассоциацией.
2. концерном
3. консорциумом
4. синдикатом.

11. В чем состоит социальная функция малых предприятий?

1. способны снижать безработицу и социальную напряженность.
2. развивают конкурентную среду.
3. лучше используются сырьевые ресурсы.
4. все ответы верны.

12. Имущество предприятия может принадлежать ему:

1. на праве собственности
2. на праве оперативного управления.
3. ответы 1 и 2 верны
4. нет верных ответов

13. Источниками имущества предприятия являются:

1. взносы учредителей и благотворительные взносы
2. выкуп имущества государственных предприятий путем акционирования
3. доходы от реализации продукции, работ, услуг.
4. все ответы верны.

14. В структуру предприятия входят:

1. Подразделения основного и вспомогательного производства
2. Обслуживающие побочные и подсобные подразделения
3. Управленческие службы и подразделения
4. Все вышеперечисленное*

15. Отношение средней стоимости основных производственных фондов бизнеса к общему объему произведенной продукции – есть показатель:

1. трудоемкость
2. материалоемкость
3. фондоемкость
4. фондоотдача

16. Материально- вещественные ценности, действующие в неизменной натуральной форме в течение длительного периода и утрачивающие свою стоимость по частям, называют:

1. оборотными средствами
2. основными фондами
3. малоценными быстроизнашивающимися предметами
4. нет верных ответов.

17. Улучшить структуру основных фондов можно:

1. покупая устаревшее оборудование
2. обновляя и модернизируя оборудование
3. ликвидируя лишнее и малоиспользуемое оборудование.
4. верны ответы 2 и 3

18. Первоначальная стоимость основных производственных фондов – это:

1. Затраты на воспроизводство основных фондов в современных условиях, как правило устанавливается во время переоценки фондов.
2. сумма затрат на изготовление или приобретение фондов, их доставку и монтаж.
3. разность между стоимостью основных фондов и суммой их износа.
4. нет правильного ответа.

19. Восстановительная стоимость основных производственных фондов – это:

1. Затраты на воспроизводство основных фондов в современных условиях, как правило устанавливается во время переоценки фондов.
2. сумма затрат на изготовление или приобретение фондов, их доставку и монтаж.
3. разность между стоимостью основных фондов и суммой их износа.
4. нет правильного ответа.

20. Остаточная стоимость основных производственных фондов – это:

1. Затраты на воспроизводство основных фондов в современных условиях, как правило устанавливается во время переоценки фондов.
2. сумма затрат на изготовление или приобретение фондов, их доставку и монтаж.
3. разность между стоимостью основных фондов и суммой их износа.
4. нет правильного ответа.

21. Постепенная утрата основными фондами своей первоначальной стоимости в процессе их функционирования или под влиянием внешних воздействий, называется:

1. моральным износом
2. амортизационным износом
3. физическим износом
4. нет правильных ответов.

22. Чему равна сумма амортизационных отчислений, если первоначальная стоимость объекта равна 100000 рублей, а годовая норма амортизации 25%?

1. 2500000 руб.
2. 25000 руб.
3. 4000 руб.
4. 10000 руб.

23. Показатель фондоемкости должен иметь тенденцию:

1. к увеличению,
2. к снижению,
3. должен оставаться постоянным
4. должен то увеличиваться, то снижаться в зависимости от действия внутренних фак-торов фирмы.

24. При объеме товарной продукции 1 млн. рублей и среднегодовой стоимости основных фондов 500000 рублей, фондоотдача составит:

1. 0,5
2. 2
3. 500000
4. – 500000

25. При объеме товарной продукции 1 млн. рублей и среднегодовой стоимости основных фондов 500000 рублей, фондоемкость составит:

1. 0,5*
2. 2
3. 500000
4. – 500000

26. Уровень использования основных производственных фондов по мощности (производительности) отражают:

1. показатели интенсивного использования
2. показатели экстенсивного использования
3. показатели интегрального использования
4. все ответы верны.

27. К экстенсивным путям улучшения использования основных фондов можно отнести:

1. увеличение работы действующего оборудования в календарный период.
2. повышение степени загрузки оборудования в единицу времени
3. повышение удельного веса действующего оборудования в составе всего оборудования, действующего на предприятии.
4. ответы 1 и 3 верны.

28. Назовите, что не относится к фондам обращения?

1. готовая продукция отгруженная и на складах.
2. денежные средства предприятия
3. средства в расчетах
4. материальные запасы.

29. Чему будет равен коэффициент оборачиваемости оборотных средств, если объем реализованной продукции предприятия составил 2000000 рублей, а средний остаток оборотных средств равен 100000 рублей.

1. 20
2. 1900000
3. 2100000
4. Нет правильных ответов

30. Трудоемкость – это:

1. Показатель, представляющий собой количество единиц живого труда, необходимое для изготовления единицы продукции
2. Показатель, представляющий собой количество продукции, произведенной в единицу рабочего времени либо приходящейся на одного среднесписочного работника
3. показатель численности работников списочного состава на определенное число или дату
4. Нет верного ответа

31. Списочная численность работников предприятия — это:

1. Показатель, представляющий собой количество единиц живого труда, необходимое для изготовления единицы продукции
2. Показатель, представляющий собой количество продукции, произведенной в единицу рабочего времени либо приходящейся на одного среднесписочного работника
3. показатель численности работников списочного состава на определенное число или дату
4. Нет верного ответа

32. Назовите две основные формы оплаты труда, применяемые на современных предприятиях?

1. индивидуальная и помесечная
2. почасовая и аккордная.
3. сдельная и повременная

33. К разновидностям сдельной формы оплаты относится:

1. аккордно-премиальная
2. повременно-премиальная,
3. простая повременная
4. контрактная.

34. К разновидностям повременной формы оплаты относится:

1. простая повременная
2. сдельно-премиальная,
3. сдельно-прогрессивная
4. аккордная

35. Метод калькулирования себестоимости продукции, который заключается в простом делении общей суммы издержек на количество изготовленной продукции, называется:

1. расчетно – аналитический
2. нормативный
3. метод прямого счета
4. параметрический

36. Метод калькулирования себестоимости продукции, который основан на нормативах использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов, называется:

1. расчетно – аналитический
2. нормативный
3. метод прямого счета
4. параметрический

37. Метод калькулирования себестоимости продукции, который заключается во всестороннем анализе состояния производства, возможных изменений в нем, изучении факторов и их влияния на себестоимость продукции и последующих расчетов, называется:

1. расчетно – аналитический
2. нормативный
3. метод прямого счета
4. параметрический

38. Метод калькулирования себестоимости продукции, который заключается в установлении закономерностей изменения издержек производства в зависимости от качественных параметров однотипной продукции, называется:

1. расчетно – аналитический
2. нормативный
3. метод прямого счета
4. параметрический

39. Издержки, величина которых зависит от объемов производства и реализации продукции, а также от структуры издержек при производстве и реализации нескольких видов продукции, называют:

1. постоянные издержки
2. переменные издержки
3. валовые издержки
4. предельные издержки.

40. Издержки, величина которых не зависит от объемов производства и реализации продукции, а также от структуры издержек при производстве и реализации нескольких видов продукции, называют:

1. постоянные издержки
2. переменные издержки
3. паловые издержки
4. предельные издержки.

41. Пути снижения затрат на производство продукции являются:

1. снижение трудоемкости продукции, рост производительности труда, сокращение численности административно-обслуживающего персонала.
2. экономия материальных ресурсов, рациональное их использование, сокращение расходов по амортизации основных производственных фондов.
3. определение оптимальной величины закупаемого сырья и материалов.
4. все ответы верны.

42. Прибыль предприятия зависит от двух основных показателей:

1. от организационной и отраслевой структуры
2. от инновационной и структурной политики
3. от цены продукции и затрат на ее производство
4. нет верного ответа.

43. Акцизы и НДС относят:

1. к прямым налогам
2. к косвенным налогам
3. к регрессивным налогам
4. к пропорциональным налогам

44. Какой из перечисленных товаров не является в России подакцизным?

1. хлеб
2. спирт

3. сигареты
4. ювелирные изделия.

45. Объектом обложения налогом на прибыль является:

1. валовая выручка
2. валовая прибыль
3. затраты на реализацию продукции
4. все ответы верны.

46. Какова будет цена товара, рассчитанная по методу установления цены на основе издержек производства (метода надбавок), если общая сумма затрат на производство единицы продукции составляет 600 рублей, фирма определила надбавку (уровень рентабельности) на уровне 20%?

1. 720 рублей
2. 120 рублей
3. 620 рублей
4. 580 рублей

47. Коммерческий риск – это:

1. риск, связанный с производством и реализацией продукции (работ, услуг), осуществлением любых видов производственной деятельности.
2. риск, возникающий в процесс реализации закупленных предпринимателем товаров и в процессе оказания услуг.*=
3. риск, возникающий при осуществлении финансового предпринимательства или финансовых (денежных) сделок.
4. риск, связанный с возможным колебанием рыночных процентных ставок, национальной денежной единицы или зарубежных курсов валют

48. Финансовый риск – это:

1. риск, связанный с производством и реализацией продукции (работ, услуг), осуществлением любых видов производственной деятельности.
2. риск, возникающий в процесс реализации закупленных предпринимателем товаров и в процессе оказания услуг.
3. риск, возникающий при осуществлении финансового предпринимательства или финансовых (денежных) сделок.
4. риск, связанный с возможным колебанием рыночных процентных ставок, национальной денежной единицы или зарубежных курсов валют

49. Производственный риск – это:

1. риск, связанный с производством и реализацией продукции (работ, услуг), осуществлением любых видов производственной деятельности.
2. риск, возникающий в процесс реализации закупленных предпринимателем товаров и в процессе оказания услуг.
3. риск, возникающий при осуществлении финансового предпринимательства или финансовых (денежных) сделок.

4. риск, связанный с возможным колебанием рыночных процентных ставок, национальной денежной единицы или зарубежных курсов валют

50. Рыночный риск – это:

1. риск, связанный с производством и реализацией продукции (работ, услуг), осуществлением любых видов производственной деятельности.
2. риск, возникающий в процесс реализации закупленных предпринимателем товаров и в процессе оказания услуг.
3. риск, возникающий при осуществлении финансового предпринимательства или финансовых (денежных) сделок.
4. риск, связанный с возможным колебанием рыночных процентных ставок, национальной денежной единицы или зарубежных курсов валют

51. Рентабельность имущества предприятия – это:

1. Отношение чистой или валовой прибыли к средней величине имущества предприятия
2. Отношение чистой или валовой прибыли к средней стоимости собственных средств
3. Отношение валовой прибыли к чистому объему продаж
4. Нет верного ответа

52. Рентабельность собственных средств – это:

1. Отношение чистой или валовой прибыли к средней величине имущества предприятия
2. Отношение чистой или валовой прибыли к средней стоимости собственных средств
3. Отношение валовой прибыли к чистому объему продаж
4. Нет верного ответа

53. Норма балансовой прибыли – это:

1. Отношение чистой или валовой прибыли к средней величине имущества предприятия
2. Отношение чистой или валовой прибыли к средней стоимости собственных средств
3. Отношение валовой (балансовой) прибыли к чистому объему продаж*
4. Нет верного ответа

54. Экономический эффект НТП проявляется:

1. в приросте продукции, снижении затрат на производство продукции, снижении экономического ущерба.
2. в снижении производства продукции, увеличении затрат на производство продукции и снижении экономического ущерба.
3. в приросте продукции, увеличении затрат на производство продукции, снижении экономического ущерба.

4. в уменьшении производства продукции, снижении затрат на производство продукции, уменьшении экономического ущерба.

55. Внутренняя норма доходности (IRR) инновационного проекта – это:

1. сумма всех денежных потоков
2. разность между доходами и расходами на определенном шаге проекта
3. ставка дисконта, при которой $NPV = 0$
4. нет правильного ответа

56. Инновационный проект считается неприемлемым, если чистая приведенная стоимость (NPV):

1. < 0
2. ≥ 0
3. $= 1$
4. ≥ 1

57. Венчурное предприятие – это предприятие:

1. созданное специально под инновационный проект
2. осуществляющее инновационный проект
3. финансирующее инновационный проект
4. нет верного ответа

58. К финансовым инвестициям относится

1. вложение денег в капитальное строительство.
2. приобретение ценных бумаг, акций, облигаций, вложение денег на депозитные счета в банках под проценты и пр.
3. воспроизводство основных фондов, основанное на достижениях науки и техники
4. строительство новых, реконструкция и техническое перевооружение действующих предприятий

59. Сегментация рынка проводится в следующем разделе бизнес-плана:

1. организационный план
2. юридический план
3. финансовый план
4. оценка рынка сбыта

60. Ценовая политика отражается в следующем разделе бизнес-плана:

1. стратегия маркетинга
2. финансовый план
3. описание продукта или услуги
4. организационный план

61. Система расчетов по обоснованию объемов, номенклатуры, ассортимента и качества продукции содержится в следующем разделе бизнес-плана:

1. план производства
2. описание продукта или услуги
3. организационный план
4. оценка рынка сбыта

62. Информация о команде управления проектом и ведущих специалистах содержится в следующем разделе бизнес-плана:

1. план производства
2. описание продукта или услуги
3. организационный план
4. оценка рынка сбыта

63. К переменным издержкам относятся:

1. коммунальные услуги, услуги связи,
2. затраты на производственный персонал
3. торговые издержки (реклама, мероприятия по продвижению продукции, ее сбыт)
4. затраты на топливо и энергию

64. Основными чертами монополистической конкуренции не являются:

1. Дифференцированный продукт.
2. Незначительный контроль над ценой.
3. Условия вступления в отрасль легкие
4. Все фирмы в отрасли производят однородный стандартный продукт.

65. Если фирма - олигополист снизит цену, то это приведет:

1. Приобретению дополнительной доли рынка.
2. Потере своей доли рынка.
3. Повышению прибыли.
4. Ценовой войне и снижению прибыли.

66. Продажа одного и того же товара разным потребителям или группам потребителей по различным ценам, не обусловленным различиями в издержках производства, называют:

1. Ценовой контроль.
2. Ценовая дискриминация.
3. Ценовой оппортунизм.
4. все ответы верны.

Критерии оценивания компетенций (результатов):

Правильный ответ на каждое тестовое задание оценивается в 1 балл.

3.5. Контрольная работа

а) пример вопросов к контрольной работе

Контрольная работа «Теоретические аспекты бизнес-планирования»

Вариант 1.

1. Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации.
2. Цели и принципы бизнес-планирования
3. Классификация бизнес-планов.
4. Методика UNIDO
5. Требования кредитно-финансовых институтов к содержанию бизнес-планов.

б) критерии оценивания компетенций (результатов):

Контрольные работы проводятся 1-2 раза в семестр на модульных неделях по расписанию, устанавливаемому учебно-методическим управлением. Они проводятся в форме типовых работ с вопросами, тестов или ином виде по выбору преподавателя с учетом объема изученного материала по курсу.

Контрольная работа может быть комбинированного типа: 3 вопроса, подразумевающих текстовые ответы и 5 тестовых вопросов с одним или несколькими вариантами ответа.

Оценивание студента проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Студенту, пропустившему по уважительной причине контрольную модульную работу, предоставляется возможность отработки. Отработать занятие можно по согласованию с преподавателем в четко установленные сроки в соответствии с графиком консультаций преподавателя, который имеется в отделении социально-экономических наук.

Оценивается степень усвоения теоретических знаний по следующим критериям: правильность, полнота и логичность письменного ответа, способностью проиллюстрировать ответ примерами.

Максимальный балл за контрольную работу – 15. Каждый вопрос оценивается в 3 балла,

В случае использования вариантов заданий смешанного типа (вопросы, подразумевающие развернутый ответ, и тесты) баллы формируются следующим образом:

- 3 вопроса, максимальный балл за каждый вопрос – 4
- 2 тестовых задания, 1,5 балла за верно решенный тест, 0 баллов – если в тесте выбраны не все верные варианты, или среди выбранных вариантов ответа есть ошибочные

3.6. Аналитическая работа

Индивидуальное домашнее задание (разработка бизнес-плана в команде из 2 человек)

Выполнение индивидуального домашнего задания (ИДЗ) предполагает разработку бизнес-плана командой из двух человек по самостоятельно выбранной или самостоятельно предложенной бизнес-идее.

Составление бизнес-плана на тему:

- «Бизнес-план по открытию.....»
- «Бизнес-план нового предприятия «.....»
- «Бизнес-план создания нового продукта «.....»
- «Бизнес-план модернизации производства»
- «Инвестиционный проект по»

Предприятие и тип бизнес-плана выбираются командой самостоятельно.

Для написания бизнес-плана студенту команде ознакомиться, изучить и проанализировать курс лекций, основную и дополнительную литературу, предложенную преподавателем, а также тематические сайты министерств и ведомств, отраслевые порталы

Бизнес-план должен содержать следующие необходимые разделы: титульный лист; резюме; описание предприятия и отрасли; характеристика продукции и услуг; анализ рыночной среды бизнеса (анализ внутренней, внешней среды, конкурентный анализ); план маркетинга и план продаж; план производства; организационный план; финансовый план и оценка рисков; оценка экономической эффективности бизнес-плана. В зависимости от избранного предприятия и типа бизнес-плана студенты решают самостоятельно вопрос о включении того или иного вопроса в бизнес-план выбранного предприятия. Бизнес-план должен содержать сформулированные выводы по каждому разделу и общий вывод по всему бизнес-плану, а также расчеты по необходимым разделам бизнес-плана (план производства, финансовый план и т.п.).

Объём бизнес-плана должен составлять от 25 до 40 страниц машинописного текста.

б) критерии оценивания компетенций (результатов):

Выполнение индивидуального домашнего задания оценивается по следующим критериям:

1. правильность и полнота содержания разделов и представленных расчетов;
2. умение применять различные инструменты и методы бизнес-планирования для проведения анализа и обоснования выводов;
3. обоснованность выводов и предложений;
4. умение интерпретировать данные отраслевой и ведомственной статистики для получения более качественных выводов о характеристиках бизнес-среды;
5. умение использовать специальную терминологию и выбирать методы

анализа;

6. оригинальность работы (оценка оригинальности по системе «Антиплагиат. Вуз» - www.mephist.antiplagiat.ru должна быть не менее 70%)

б) критерии оценивания компетенций (результатов):

Максимально за подготовку бизнес-плана команда студентов может получить 20 баллов на экзамене, минимально -12

Оценка за выполненный блок формируется следующим образом:

20 баллов - все расчеты выполнены верно, методики использованы корректно, выводы обоснованы, для обоснования выводов и предложений представлены аналитические и статистические данные, терминология используется корректно и ее использование полностью соответствует содержанию блока, полученные рекомендации обоснованы анализом действующего законодательства.

18-19 баллов - все расчеты выполнены верно, выводы обоснованы, для обоснования выводов и предложений представлены представлены аналитические и статистические данные, терминология используется корректно и ее использование полностью соответствует содержанию блока, полученные рекомендации обоснованы анализом действующего законодательства, но имеются незначительные неточности в выводах, или рассмотрены не все аспекты проблемы.

14-17 баллов - расчеты выполнены в целом верно, выводы обоснованы, терминология используется корректно и ее использование полностью соответствует содержанию блока, однако для обоснования рекомендаций не достаточно полно используется анализ действующего законодательства, отраслевой статистики и т.п.

10-12 баллов - в расчетах присутствуют разного рода ошибки, выводы носят во многом описательный характер. Рекомендации схематичны, не представлен анализ действующего законодательства, состояния внешней среды бизнеса, конкуренции для обоснования рекомендаций.

менее 12 баллов – бизнес-план подготовлен выполнен с грубыми ошибками: ошибки в расчетах и использовании формул, отсутствие выводов или их несоответствие практике.

в) описание шкалы оценивания

Максимальное количество баллов 20. Минимальное количество баллов – 12.

3.7. Кейс-задачи (решение кейсов)

а) типовые задания (вопросы) – образец:

КЕЙС: «СОЮЗ ТАБАКА И МЕТАЛЛА»

Фабрика «Донновосибтабак» была открыта летом 1999 года. Ее акционерами стали АО «Донской табак» (75% в уставном капитале) и предприятие «Новосибметалл» (25%). Ростовское АО в качестве своего

вноса поставило оборудование на \$ 1,1 млн., а «Новосибметалл» передал помещение площадью 2,5 тыс. кв. м. Проектная мощность новосибирской фабрики оценивалась в 4 млрд. сигарет в год, из них 60% приходилось на «Приму» без фильтра, а остальное — на сигареты с фильтром «Ермак», «Новосибирск», «Столица Сибири» и «Отечество». На предприятии трудились 120 человек.

По словам генерального директора АО «Донской табак» Ивана Саввиди, в результате маркетинговых исследований, проведенных специалистами фабрики, было установлено, что в Сибири и соседних регионах большим спросом пользуются сигареты так называемого восточного типа. В отличие от более дорогих табачных изделий класса amercan blend вкус в них достигается за счет смешивания различных Табаков азиатского происхождения без использования соусов и ароматизаторов. Иван Саввиди: «Мы разработали бизнес-план создания табачного производства.

На первом этапе предполагалось поставлять в Новосибирск табачную смесь и материалы и уже на месте осуществлять так называемую сборку сигарет. На втором мы собирались построить в Новосибирске цех по переработке табака и сырье для него поставлять уже не из Ростова, расположенного за 6 тыс. километров, а из более близких стран Центральной Азии. За счет этого планировалось увеличить объем выпускаемой на «Донновосибтабаке» продукции в шесть раз. Однако дальше первого этапа продвинуться не удалось».

Как говорит директор «Донновосибтабака» Владимир Бабанак, проблемы на производстве начались с того, что «Донтабак» установил слишком высокие расценки на сырье. В результате цена выпускаемых сигарет оказалась на 25-30% выше стоимости аналогичной продукции конкурентов. Иван Саввиди: «Мы не могли отдавать в Новосибирск переработанное сырье ниже себестоимости, но понимали, что это приводит к подорожанию готовой продукции и, как следствие, потере ее конкурентоспособности. Поэтому мы нашли такой выход из сложившейся ситуации - договорились с администрацией Новосибирской области о получении льгот по налогу на прибыль до тех пор, пока на «Донновосибтабаке» не будет построен собственный табачный цех. Его мы должны были создать в течение двух с половиной лет».

Проект создания в Новосибирске табачного производства поддерживал прежний глава области Виталий Муха. После запуска фабрики губернатор подписал закон «О налоговых льготах инвесторам, реализующим проекты, прошедшие конкурсный отбор». Согласно этому документу, в 2000 году «Донновосибтабак» на 2,5 года получал отсрочку платежей в размере 32,4 млн. рублей (\$1,3 млн.). Правда, чтобы доказать свое право на льготы, фабрика должна была в первый год работы выручить от продажи сигарет 423,3 млн. рублей (\$15 млн.) и получить чистую прибыль 85,6 млн. рублей (около \$3,4 млн.), часть из которой требовалось направить на развитие производства. Налоговые льготы «Донскому табаку» было получать не впервой. Несколько лет назад по примерно такой же схеме ростовская фабрика работала

с донскими властями, что позволило предприятию провести реконструкцию и увеличить производительность.

При поддержке губернатора Иван Саввиди надеялся создать в Новосибирске не только табачное производство, но и центр по продаже сигарет на рынках Сибири, Урала и Дальнего Востока.

По рекомендации администрации области ряд торговых фирм города подписали с новой фабрикой соглашения о сбыте ее продукции. В частности, «Новотабак» и «Тринит» должны были ежегодно продавать по 250 млн. пачек сигарет. «Атоникс» — 100 млн., «Новосибирскгорресурс» и «Винап» — по 75 млн. Однако эти цифры так и остались на бумаге, поскольку ситуация с налоговыми льготами стала развиваться по неожиданному сценарию.

В конце 1999 года Виталий Муха проиграл на выборах, и кресло губернатора занял его политический оппонент мэр Новосибирска Виктор Толоконский. Новый глава области расценил создание табачной фабрики исключительно как предвыборный шаг своего предшественника. В результате «Донновосибтабак» не получил обещанных льгот, и руководство фабрики было вынуждено отпускать продукцию с учетом стоимости поставленного сырья и всех налогов.

Торговые фирмы стали отказываться от больших закупок сигарет из Новосибирска, что вполне объяснимо: оптовая цена местной «Примы» составляла 1,75 рубля за пачку, тогда как фабрики из Курска и Ярославля продавали аналогичную продукцию по 1,3-1,4 рубля. Вскоре склад предприятия оказался забит неотгруженной продукцией. Владимир Бабанакوف принял решение продать залежалый товар по сниженным ценам. В одной из местных торговых компаний рассказали, что «Донновосибтабак» продал им около 2,5 млн. пачек сигарет, сбросив 50% стоимости.

За полтора года работы «Донновосибтабак» не только не вышел на прибыльность, но и понес убытки (около \$100 тыс.), и хозяева предприятия решили, что его лучше закрыть, чем выпускать заведомо убыточный товар. По словам Владимира Бабанакова, в октябре 2002 года был вбит последний гвоздь в гроб новосибирской «табачки» - официально объявили о закрытии фабрики, производственные линии демонтировали и сложили на территории «Новосибметалла».

Иван Саввиди несколько по-другому оценивает нынешнее состояние фабрики: «Это неправда, что линии демонтированы. Они на ходу и способны выпускать качественный товар. Хоть сейчас нажимай кнопку и работай! Просто мы законсервировали фабрику, так как нам она уже неинтересна, поскольку время упущено. Кризис перепроизводства сигарет в России в прошлом году превысил 30%. Так что здесь уже невыгодно строить новые табачные фабрики».

Вопросы

1. Какие ошибки были допущены руководством предприятия при его выходе на рынок?
2. Какую стратегию следует предпринять предприятию в сложившейся ситуации?

3. Эффективнее использовать производственные мощности и снижать производственные затраты или расширять производство?

в) описание шкалы оценивания:

Максимальная оценка за решение кейса составляет 5 баллов, минимальная оценка – 3 балла.

Решение кейса представляется группой, где каждому члену отведена определенная роль. Каждый член рабочей группы отвечает за презентацию отдельной проблемы кейса и ее обоснование. Члены группы могут добавлять комментарии или уточнять материал по ходу выступления отвечающего студента. Тем самым отрабатываются также навыки командного взаимодействия и принятия решений. Работа каждого члена группы и его вклад в решение кейса оцениваются индивидуально.

Баллы за кейс и оценка	Критерии оценивания
5 баллов (отлично)	➤ изложение материала логично, грамотно, без ошибок; ➤ свободное владение профессиональной терминологией; ➤ умение высказывать и обосновать свои суждения; ➤ студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; ➤ студент организует связь теории с практикой. ➤ студент способен дополнять и аргументировать материал других членов команды
4 балла (хорошо)	➤ студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; ➤ ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный; ➤ имеются небольшие неточности в дополнениях студента к ответу членов команды
3 балла (удовлетворительно)	➤ студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; ➤ обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
0-2 балла (неудовлетворительно)	➤ отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; ➤ в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

3.8. Деловая игра

а) типовые задания (вопросы) – образец:

Цель игры

Познакомить студентов с методами активизации имажинитивных возможностей людей при выработке идей, а также процедурами предварительной оценки и отбора идей на основании критериев реальности их воплощения и экономической эффективности.

Задачи игры:

- обучить студентов методике проведения «мозгового штурма»;
- познакомить с логикой предпринимательской деятельности;
- изучить на практике методику предпринимательских расчетов.

Порядок проведения деловой игры: игра проводится в три этапа и рассчитана на 3 часа. Вначале занятия преподаватель делит учебную группу студентов на игровые подгруппы, в состав которых должно входить не менее 6 и не более 8 человек. В каждой подгруппе выбирают ведущего, а также по одному - два арбитра, в обязанности которых входит следить за ходом игры, отмечать недостатки и преимущества, а также вместе с преподавателями оценить результаты и подводить итоги.

Исходные данные к игре

Игровая подгруппа представляет из себя компанию партнеров по бизнесу, которые в ходе предшествующей предпринимательской деятельности (мелкие торговые операции) собрали определенную сумму (допустим, 125 млн. руб.). С учетом возможностей внесения личных сбережений и получения заемных средств эта сумма может быть увеличена в 2 раза. Имея в своем распоряжении такой первоначальный капитал, партнеры собираются открыть предприятие в сфере малого бизнеса. Необходимо, используя метод «мозгового штурма», предложить ряд инновационных предпринимательских идей о возможных направлениях деятельности будущего предприятия. Затем необходимо оценить предложенные идеи и выбрать лучшие из них.

Последовательность проведения игры

Первый этап. Выработка предпринимательских идей. В начале занятия преподаватель знакомит студентов с понятиями «инновация», «предпринимательская идея», а также с методом мозгового штурма и принципами его проведения.

Для работы каждую команду необходимо обеспечить доской или большим листом бумаги, на котором будут регистрироваться высказываемые идеи. Желательно расположение студентов в форме «круглого стола».

На проведение «мозгового штурма» должно быть отведено не более 15 минут.

Второй этап. Оценка идей на реальность воплощения в практику.

Каждая игровая подгруппа работает со своим списком предпринимательских идей, полученном на первом этапе. Первоначально отбраковываются заведомо нереальные идеи (преподаватель подчеркивает неизбежность

и важность их появления в ходе «мозгового штурма»). В результате остаются идеи (не менее трех), оценка которых на реальность воплощения проводится с помощью параметрического метода (табл. 1).

Реальность каждого параметра оценивается по трехбалльной шкале: 3 — вполне реально, 2 — вероятно, 1 - маловероятно.

Таблица 1

Оценка возможностей воплощения предпринимательских идей

Параметры	Идеи					
	1	2	3	4	5	и т.д.
1. Возможность приобрести необходимое оборудование, технику, помещение по приемлемой цене (с учетом величины первоначального капитала)						
2. Возможность приобрести необходимое сырье, полуфабрикаты						
3. Возможность найти необходимых специалистов						
4. Возможность получить налоговые льготы, финансовую поддержку со стороны местной администрации						
5. Возможность установить необходимые партнерские связи						
6. Возможность повышенного спроса на производимый товар (услугу)						
ИТОГО баллов						

После оценки по всем параметрам подсчитывается общее количество баллов по каждой идее. Ведущие игровых подгрупп докладывают результаты оценки предпринимательских идей и защищают их.

Третий этап. Проведение предпринимательских расчетов с целью выявления возможного предпринимательского эффекта. По итогам предыдущего этапа члены игровой подгруппы выбирают 2- 3 предпринимательские идеи, набравшие наибольшее количество баллов в таблице 1.

По каждой отобранной идее проводят предпринимательские расчеты, данные для которых и их результаты сводятся в таблицу 2.

Преподавателю необходимо подчеркнуть рисковый характер предпринимательской деятельности. Поэтому при установлении ожидаемой цены участникам игры следует ориентироваться не на усердную, а на предельно низкую для данного рынка цену. Это же требование должно соблюдаться и при определении предполагаемого объема продаж.

При калькуляции расходов на производство, наоборот, следует закладывать предельно высокие их величины.

При подготовке к проведению третьего этапа деловой игры преподавателю следует подобрать данные о ставках амортизационных отчислений и ставках налогообложения, о примерной величине арендной платы за производственные помещения, о депозитных и кредитных ставках, о стоимости электроэнергии и прочие данные, которые могут понадобиться участникам деловой игры.

Таблица 2

Предпринимательские расчеты среднемесячных показателей работы

Показатели	Идеи		
	1	2	3
1. Объем производства товаров (услуг), (О)			
2. Объем реализации товаров (услуг), (Р)			
3. Ожидаемая цена за единицу, (Ц)			
4. Предполагаемая сумма выручки, ($V = P \times Ц$)			
5. Издержки на производство товара (услуги) (И), в том числе: а) амортизационные отчисления по оборудованию (А) б) арендная плата за помещение, (Г) в) стоимость сырья и энергии, (С) г) затраты на оплату труда, (Т) д) общепроизводственные (накладные) расходы, (Б) е) издержки реализации (затраты на рекламу, упаковку, транспортировку), (У) ж) прочие издержки, (З)		-	
6. Доход предприятия ($D = V - И$)			
7. Примерная сумма налогов, (Н)			

б) критерии оценивания компетенций (результатов):

Активность каждого участника в процессе деловой игры оценивается по следующим критериям:

1. качество проведенного анализа проблемы в рамках внеаудиторной подготовки;
2. умение решать аналитические и ситуационные задачи;
3. качество защиты доклада: умение излагать мысли и аргументировать точку зрения команды, умение отвечать на вопросы оппонентов из другой команды;
4. точность соблюдения регламента на представление своего решения и ответы;
5. активность команды во время групповой работы;
6. активность членов команды при оппонировании ими докладов других команд;
7. умение вести дискуссию и аргументировать свою позицию.

в) описание шкалы оценивания:

Максимально за участие в деловой игре студент может получить 10 баллов, минимальный порог – 6 баллов.

Суммарное число баллов за игру зависит от сравнительной сложности игры как средства оценивания компетенций, и других средств оценивания.

Оценка формируется следующим образом:

- 10 баллов получают студенты, которые верно выполнили задания этапов, грамотно интерпретировали результаты и подготовили обоснованную презентацию;
- 8-9 баллов – задание выполнено в целом верно с небольшими методическими или расчетными ошибками, имеются небольшие неточности в аргументации и презентации проекта;
- 7-6 баллов - имеются неточности в предлагаемых решениях, учтены не все данные и факторы, выводы аргументированы, однако не рассмотрены альтернативные варианты;
- 0-5 баллов – при наличии значительных ошибок, фрагментарности или отсутствии выводов и презентации проекта.

4 Итоговая аттестация по дисциплине

Итоговая аттестация по дисциплине является интегральным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков обучающихся по дисциплине и складывается из оценок, полученных в ходе текущей и промежуточной аттестации.

Текущая аттестация в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающихся.

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины.

Текущая аттестация осуществляется два раза в семестр:

- контрольная точка № 1 (КТ № 1) – выставляется в электронную ведомость не позднее 8 недели учебного семестра. Включает в себя оценку мероприятий текущего контроля аудиторной и самостоятельной работы обучающегося по разделам/темам учебной дисциплины с 1 по 8 неделю семестра.

- контрольная точка № 2 (КТ № 2) – выставляется в электронную ведомость не позднее 16 недели учебного семестра. Включает в себя оценку мероприятий текущего контроля аудиторной и самостоятельной работы обучающегося по разделам/темам учебной дисциплины с 9 по 16 неделю семестра.

Результаты текущей и промежуточной аттестации подводятся по шкале балльно-рейтинговой системы.

Этап рейтинговой системы /	Неделя	Балл
----------------------------	--------	------

Оценочное средство		Минимум*	Максимум
Текущая аттестация	1-16	36	60
Контрольная точка № 1	7-8	18	30
Контрольная работа	8	9	15
Опрос	1-8	3	5
Участие в деловой игре	7	6	10
Контрольная точка № 2	15-16	18	30
Реферат + доклад на «круглом столе»	16	6	10
Тестовые задания	9-15	9	15
Решение кейса	9-16	3	5
Промежуточная аттестация	-	24	40
Экзамен		24	40
Итого по дисциплине		60	100

* - Минимальное количество баллов за оценочное средство – это количество баллов, набранное обучающимся, при котором оценочное средство засчитывается, в противном случае обучающийся должен ликвидировать появившуюся академическую задолженность по текущей или промежуточной аттестации. Минимальное количество баллов за текущую аттестацию, в т. ч. отдельное оценочное средство в ее составе, и промежуточную аттестацию составляет 60% от соответствующих максимальных баллов.

Процедура оценивания знаний, умений, владений по дисциплине включает учет успешности по всем видам заявленных оценочных средств.

Устный опрос проводится на каждом практическом занятии и затрагивает как тематику прошедшего занятия, так и лекционный материал. Применяется групповое оценивание ответа или оценивание преподавателем.

Темы рефератов распределяются на первом занятии, готовые рефераты докладываются на занятиях в сопровождении презентаций в соответствии с установленным преподавателем графиком.

По окончании освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация в виде зачета, что позволяет оценить совокупность приобретенных в процессе обучения компетенций. При выставлении итоговой оценки применяется балльно-рейтинговая система оценки результатов обучения.

Зачет предназначен для оценки работы обучающегося в течение всего срока изучения дисциплины и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных обучающимся теоретических знаний и умений, способности приводить примеры практического использования знаний (например, применять их в решении практических задач), приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления.

Оценка сформированности компетенций на зачете для тех обучающихся, которые пропускали занятия и не участвовали в проверке компетенций во время изучения дисциплины, проводится после индивидуального собеседования с преподавателем по пропущенным или не усвоенным обучающимся темам с последующей оценкой самостоятельно усвоенных знаний на зачете.

Итоговая аттестация по дисциплине оценивается по 100-балльной шкале и представляет сумму баллов, заработанных обучающимся при выполнении заданий в рамках текущей и промежуточной аттестации

Сумма баллов	Оценка по 4-х балльной шкале	Оценка ECTS	Требования к уровню освоения учебной дисциплины
90-100	5- «отлично»/ «зачтено»	A	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, использует в ответе материал монографической литературы
85-89	4 - «хорошо»/ «зачтено»	B	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос
75-84		C	
70-74		D	
65-69	3 - «удовлетворительно» / «зачтено»	E	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала
60-64			
0-59	2 - «неудовлетворительно»/ «не зачтено»	F	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Методические рекомендации рассмотрены на заседании отделения социально-экономических наук (О) и рекомендованы к одобрению Учёным советом ИАТЭ НИЯУ МИФИ (протокол №9-04/2023 от 24.04.2023)	Руководитель образовательной программы «Цифровой маркетинг и цифровая логистика» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» _____ А.А. Кузнецова 24 апреля 2023 г. Начальник отделения социально-экономических наук (О) _____ А.А. Кузнецова 24 апреля 2023 г.
--	--