

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 10.07.2025 13:49:17

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт менеджмента
Кафедра Прикладного менеджмента

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета
(протокол № 10 от 22 мая 2025 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины	Б1.О.27 Бизнес-планирование
Основная профессиональная образовательная программа	43.03.01 Сервис программа Управление гостиничным и ресторанным бизнесом

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2025

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Бизнес-планирование входит в обязательную часть блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Основы менеджмента, Маркетинг, Экономическая теория, Экономика организации, Предпринимательское дело, Финансовая и налоговая система РФ, Основы учета и финансовой отчетности в гостиничном и ресторанном бизнесе

Последующие дисциплины по связям компетенций: Инвестиционный анализ, Корпоративные финансы

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Бизнес-планирование в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-4 – способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов.

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-4.1: Знать:	ОПК-4.2: Уметь:	ОПК-4.3: Владеть (иметь навыки):
ОПК-4	основы маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов	использовать основные методы продаж услуг, в том числе онлайн	навыками продвижения услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет

ОПК-5 – способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности.

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-5.1: Знать:	ОПК-5.2: Уметь:	ОПК-5.3: Владеть (иметь навыки):
ОПК-5	основы расчета, оценки и анализа основных производственно-экономических показателей сервисной деятельности	экономически обосновывать необходимость и целесообразность принятия решений при осуществлении профессиональной деятельности	навыками интерпретации результатов оценки экономической эффективности сервисной деятельности, экономическими и организационными инструментами для принятия оптимальных решений

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очно-заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 6
Контактная работа, в том числе:	6.3/0.18
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	103.7/2.88
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации: Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	144
Зачетные единицы	4

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Бизнес-планирование представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые ре- зультаты обуче- ния в соотноше- нии с результа- тами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Раздел 1. Теоретические ос- новы бизнес-планирование.	2			1	50	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
2.	Раздел 2. Методические ос- новы бизнес-планирования.		2	0.3	1	53.7	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
	Контроль	34					
	Итого	2	2	0.3	2	103.7	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Раздел 1. Теоретические основы бизнес-планирование.	лекция	Сущность бизнес-планирования, типы бизнес-планов, горизонты и этапы бизнес-планирования, принципы планирования, бизнес-моделирование.

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
2.	Раздел 2. Методические основы бизнес-планирования	практическое занятие	Структура бизнес-плана создания нового бизнеса, содержание разделов, алгоритм составления.

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Раздел 1. Теоретические основы бизнес-планирования.	- устный/письменный опрос. - тестирование.
2.	Раздел 2. Методические основы бизнес-планирования.	- устный/письменный опрос. - тестирование.

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20234-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561734>

Дополнительная литература

1. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / Е. В. Купцова ; ответственный редактор А. А. Степанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8377-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560505>.

2. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для вузов / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08683-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566065>.

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

- Astra Linux Special Edition «Смоленск», «Орел»; РедОС ; ОС "Альт Рабочая станция" 10; ОС "Альт Образование" 10
- МойОфис Стандартный 2, МойОфис Образование, Р7-Офис Профессиональный, МойОфис Стандартный 3, МойОфис Профессиональный 3

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)

2. Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации» (<http://pravo.gov.ru/>)

3. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)

4. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Бизнес-планирование:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	
	Устный/письменный опрос	+
	Тестирование	+
	Практические задачи	
Промежуточный контроль	Экзамен	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-4 – способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов.

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-4.1: Знать:	ОПК-4.2: Уметь:	ОПК-4.3: Владеть (иметь навыки):
	основы маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов	использовать основные методы продаж услуг, в том числе онлайн	навыками продвижения услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет
Пороговый	- основные понятия и термины в маркетинге и продвижении продуктов (товаров, услуг); - способы сбора первичной информации о рынке и потребителях (опросы, фокус-группы, интервью); - краткое представление о принципах сегментирования рынка и целевого маркетинга.	- выполнять простейший анализ конкурентов и конъюнктуру рынка; - участвовать в проведении элементарных маркетинговых исследований; - формулировать базовый перечень рекламных материалов и инструментов продвижения продукта⁴ - готовить несложные материалы для продвижения продукта (тексты объявлений, плакаты, брошюры).	- начальными навыками анализа рынка и разработки планов действий по продвижению; - базовым инструментарием и технологиями сбора данных о потребительском поведении; - умение составлять простые рекламные объявления и буклеты.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	- инструменты сегментации рынка и принципы таргетированного маркетинга;	- планировать и организовывать сбор вторичной и первичной информации о рынке;	- профессиональными инструментами анализа рынка и сбора информации о покупателях;

	- методы оценки емкости рынка и спроса на товары и услуги; - важнейшие средства и каналы продвижения (PR, реклама, социальные сети, e-mail рассылки, контент-маркетинг); - принципы разработки эффективной рекламной кампании.	- провести качественный анализ покупателей и составить портрет идеального клиента; - работать с основными каналами рекламы и медиа-инструментарием; - определять оптимальную цену продукта, исходя из анализа спроса и предложений конкурентов; - создавать и реализовывать полноценные маркетинговые мероприятия и акции.	- методологией разработки медиаплана и рекламного бюджета; - навыками составления креативных рекламных кампаний и презентаций; - умениями организовать работу отдела продаж и выстроить систему мотивации персонала.
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	- современные теории поведения потребителей и эмоциональные мотивы покупок; - новейшие инструменты анализа рынка и прогнозирования покупательского спроса (Big Data, AI, машинное обучение); - отличия национальных рынков и культурных особенностей потребления в разных странах; - последовательность шагов по созданию сильного УТП продукта и поддержания его репутации на рынке	- проактивно изучать рынки и оперативно перестраиваться под меняющиеся запросы потребителей; - грамотно планировать стратегию выхода на рынки и определять оптимальный набор инструментов продвижения; - устанавливать долгосрочную связь с покупателями посредством регулярных акций, лояльного обслуживания и качественного контента; - координировать работу подразделений компании по вопросам производства, закупок, маркетинга и продаж.	- методами анализа рынка и трендами современного цифрового маркетинга; - инструментами по проведению уникальных маркетинговых экспериментов и тестированию гипотез; - способностью предвидеть реакцию рынка на новые продукты и запускать успешные проекты; - высокоразвитым профессиональным кругозором и творческими способностями в области дизайна и коммуникаций.

ОПК-5 – способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности.

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-5.1: Знать:	ОПК-5.2: Уметь:	ОПК-5.3: Владеть (иметь навыки):
	основы расчета, оценки и анализа основных производственно-экономических показателей сервисной деятельности	экономически обосновывать необходимость и целесообразность принятия решений при осуществлении профессиональной деятельности	навыками интерпретации результатов оценки экономической эффективности сервисной деятельности, экономическими и организационными инструментами для принятия оптимальных решений
Пороговый	- основные экономические показатели и термины (доходы, затраты,	- оценивать экономику отдельных хозяйственных операций и сделок;	- основными приёмами количественного анализа финансовой информации;

	прибыль, рентабельность, себестоимость); - понятие эффективности и факторы, определяющие экономическую выгоду деятельности фирмы; - базовые методы расчёта основных экономических показателей (например, маржа, точка безубыточности, коэффициент оборачиваемости капитала).	- производить расчёт простого анализа «затраты-выгоды» (cost-benefit analysis); - анализировать бухгалтерскую отчётность и интерпретировать простую финансовую информацию.	- навыками самостоятельной оценки альтернативных вариантов хозяйственных решений с точки зрения экономической выгоды.
Стандартный (в дополнение к пороговому)	- современные подходы к инвестиционному анализу и капиталовложениям; - методы оценки рисков, связанных с различными видами вложений и решений; - источники финансирования бизнеса и требования кредиторов и инвесторов; - механизмы налоговой оптимизации и легальное снижение налоговой нагрузки.	- ставить чёткие цели и приоритеты в распределении денежных средств; - использовать финансовые коэффициенты и методы оценки риска для обоснованного принятия решений; - разрабатывать сценарии развития компании с учётом финансовых ограничений и приоритетов.	- современными инструментами финансового анализа (финансовый учёт, Excel-функции, специализированные программы); - возможностями проведения полноценного SWOT-анализа для оценки внешней и внутренней среды организации; - качественными и количественными способами оценки привлекательности и риска тех или иных проектов.
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	- комплексные методы анализа макроэкономической обстановки и мировой конъюнктуры рынка; - математические модели и новейшие информационные технологии для прогнозирования и анализа экономической эффективности; - государственную политику в области налогообложения и регулирования инвестиционной активности; - проблемы управления стоимостью компании и капитализацией; .- принципы бизнес-планирования и алгоритм проектирования бизнес-модели.	- формируя эффективное решение, учитывать множественность факторов и их взаимное влияние; - использовать методы финансовых расчётов; - выстраивать взаимодействие с финансовыми учреждениями и органами власти, учитывая нормативно-правовую базу; - строить бизнес модель; - разрабатывать бизнес-план под конкретную задачу; - производить необходимые финансовые расчеты; - грамотно оценивать и анализировать риски.	- инструментами комплексной оценки экономической эффективности решений на всех этапах жизненного цикла проекта; - профессиональными знаниями и навыками работы с международными финансовыми институтами и рынками капитала; - способностью прогнозировать и предотвращать негативные последствия принимаемых решений.

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Раздел 1. Теоретические основы бизнес-планирование.	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Устный/письменный опрос, тестирование	Экзамен
2.	Раздел 2. Методические основы бизнес-планирования.	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Устный/письменный опрос, тестирование	Экзамен

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы
Раздел 1. Теоретические основы бизнес-планирование.	1) Что такое бизнес-план и какова его главная цель? 2) Какие основные разделы обязательно включаются в классический бизнес-план? 3) Назовите отличия бизнес-плана от стратегического плана. 4) Какую роль играет резюме в структуре бизнес-плана? 5) Какие бывают виды и формы бизнес-планов? 6) Перечислите основные причины, по которым предпринимателю необходим бизнес-план. 7) Как проводится анализ внешней среды в бизнес-планировании? 8) Какие задачи решает анализ рынка в процессе разработки бизнес-плана? 9) Как определяется конкурентная позиция компании в бизнес-плане? 10) Чем различаются бизнес-план для кредитной организации и бизнес-план для привлечения инвесторов?
Раздел 2. Методические основы бизнес-планирования.	1) Как производится расчёт постоянных и переменных издержек компании? 2) Что такое точка безубыточности и как её рассчитать? 3) Какие финансовые прогнозы и показатели включают в финансовый раздел бизнес-плана? 4) Какие стандартные методы используются для оценки привлекательности инвестиционного проекта? 5) Что подразумевается под NPV (чистая приведённая стоимость)? Когда её применяют? 6) Как рассчитывается внутренняя норма доходности (IRR)? 7) Какие риски учитывают в разделе анализа рисков бизнес-плана? 8) Каким образом оценивают конкурентоспособность проекта в бизнес-плане? 9) Какие методы используют для оценки будущих объемов продаж? 10) Как грамотно организовать аналитический этап бизнес-планирования и для чего он предназначен?

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)

Раздел 1. Теоретические основы бизнес-планирования

- 1) Бизнес-план — это...
 - А) Документ, содержащий полное описание идеи проекта и план достижения поставленных целей.
 - Б) Внутренний регламент компании.
 - В) График движения денежных средств.
 - Г) Список учредителей компании.
- 2) Основной задачей бизнес-плана является...
 - А) Увеличение числа сотрудников.
 - Б) Привлечение внимания потенциальных инвесторов.
 - В) Регистрация юридического лица.
 - Г) Оформление договора аренды помещения.
- 3) Резюме бизнес-плана размещают...
 - А) После подробного изложения всей информации.
 - Б) В конце документа для удобства чтения.
 - В) В самом начале документа.
 - Г) Между финансовым и производственным разделами.
- 4) SWOT-анализ в бизнес-планировании подразумевает анализ...
 - А) Социальных и политических аспектов.
 - Б) Рынков сырья и комплектующих.
 - В) Временных циклов проекта.
 - Г) Сильных и слабых сторон, возможностей и угроз.
- 5) Основным показателем для измерения объема рынка является...
 - А) Число сотрудников компании.
 - Б) Уровень инфляции.
 - В) Общий объем продаваемых товаров или оказываемых услуг.
 - Г) Количество поставщиков.
- 6) Маркетинговый раздел бизнес-плана включает в себя...
 - А) Анализ рынка, конкуренцию и стратегию продвижения.
 - Б) Подробный список оборудования и помещений.
 - В) Организационную структуру компании.
 - Г) Налоговую декларацию.
- 7) Какой раздел бизнес-плана посвящен оценке необходимых материальных и человеческих ресурсов?
 - А) Организационно-правовой раздел.
 - Б) Производственный раздел.
 - В) Юридический раздел.
 - Г) Экологический раздел.
- 8) В каком разделе бизнес-плана рассматриваются юридические аспекты регистрации компании?
 - А) Юридическом.
 - Б) Финансовом.
 - В) Менеджмент-стратегии.
 - Г) Рекламном.
- 9) Кто является основным адресатом бизнес-плана при привлечении инвестиций?
 - А) Клиенты.
 - Б) Инвесторы.
 - В) Поставщики.
 - Г) Сотрудники.
- 10) Сколько основных разделов принято выделять в классическом бизнес-плане?
 - А) Два.
 - Б) Три.
 - В) Семь-восемь.
 - Г) Десять-двенадцать.

Раздел 2. Методические основы бизнес-планирования

- 11) Постоянные издержки — это...
- А) Затраты, зависящие от объёма выпуска продукции.
 - Б) Затраты, неизменные независимо от количества произведенной продукции.
 - В) Непредсказуемые расходы компании.
 - Г) Оплата труда рабочих.
- 12) Переменные издержки зависят от...
- А) Количества произведённой продукции.
 - Б) Налогов на имущество.
 - В) Акцизов и пошлин.
 - Г) Коммунальных платежей.
- 13) Валовая прибыль вычисляется путем вычитания из выручки...
- А) Себестоимости проданных товаров.
 - Б) Амортизационных отчислений.
 - В) Заработной платы сотрудникам.
 - Г) Общефирменных административных расходов.
- 14) Показатель NPV (Net Present Value) отражает...
- А) Текущую стоимость будущих денежных поступлений минус первоначальные вложения.
 - Б) Скорость возврата вложенных средств.
 - В) Срок окупаемости проекта.
 - Г) Среднюю норму доходности проекта.
- 15) IRR (Internal Rate of Return) показывает...
- А) Годовой процент прироста капитала.
 - Б) Максимальная ставка процента, при которой проект остаётся выгодным.
 - В) Продолжительность периода до начала получения чистой прибыли.
 - Г) Средний срок службы оборудования.
- 16) Что характеризуют "Барьеры входа"?
- А) Легкость открытия собственного дела.
 - Б) Трудности, затрудняющие выход на новый рынок.
 - В) Сложности заключения контрактов с поставщиками.
 - Г) Ограниченность государственных субсидий.
- 17) Период окупаемости — это период, за который...
- А) Начинают поступать первые клиенты.
 - Б) Компания достигает максимального размера рынка.
 - В) Накопленные денежные поступления покрывают первоначальные инвестиции.
 - Г) Компания выходит на международный рынок.
- 18) Наиболее подходящий метод для прогнозирования объёмов продаж начинающего бизнеса:
- А) Прямой маркетинг.
 - Б) Метод экспертных оценок.
 - В) Контроль запасов.
 - Г) Система скидок.
- 19) Какой вид анализа позволяет установить зависимость между объемом производства, расходами и прибылью?
- А) Финансовый анализ.
 - Б) Анализ чувствительности.
 - В) CVP-анализ (Cost-Volume-Profit Analysis).
 - Г) Рыночный анализ.
- 20) Преимуществом какого метода анализа является простота и наглядность?
- А) SWOT-анализа.
 - Б) PESTEL-анализа.
 - В) Портфельного анализа.
 - Г) Анализа пяти сил Портера.
- 21) Какой показатель определяет эффективность инвестиций за определённый временной промежуток?
- А) Прибыль на акцию (EPS).
 - Б) Норму доходности (ROI).

- В) Средняя валовая прибыль.
Г) Объем реализации.
- 22) Какой метод позволяет рассчитать чистую текущую стоимость (NPV)?
А) Метод дисконтированных денежных потоков.
Б) Индекс рентабельности.
В) Нормативный подход.
Г) Экспресс-анализ рынка.
- 23) Какой этап бизнес-планирования предшествует выбору организационной структуры компании?
А) Выбор ассортимента продукции.
Б) Оценка источников финансирования.
В) Анализ конкурентов.
Г) Организация производственного процесса.
- 24) Как называется процесс оценки вероятности наступления нежелательных событий и их последствий?
А) Диагностика рисков.
Б) Мониторинг рынка.
В) Профилирование конкурентов.
Г) SWOT-анализ.
- 25) Что входит в обязанности руководителя проекта при составлении бизнес-плана?
А) Только подбор исполнителей.
Б) Только организация маркетинга.
В) Руководство всеми этапами разработки и согласования бизнес-плана.
Г) Получение лицензий и разрешений.
- 26) Где в бизнес-плане указывается информация о квалификации сотрудников?
А) В юридическом разделе.
Б) В организационном плане.
В) В технологическом разделе.
Г) В финансовом разделе.
- 27) Процесс формирования ассортиментной линейки в бизнес-плане относится к какому разделу?
А) Организационная структура.
Б) Производство и технология.
В) Маркетинговый план.
Г) Юридическая документация.
- 28) Какой раздел бизнес-плана раскрывает организацию и технологию производственного процесса?
А) Маркетинговый раздел.
Б) Производственный раздел.
В) Финансовый раздел.
Г) Заключение.
- 29) В какой части бизнес-плана отражены предполагаемые объёмы продаж и динамика их роста?
А) В резюме.
Б) В маркетинговом плане.
В) В анализе рынка.
Г) В плане доходов и расходов.
- 30) Основная задача финансового раздела бизнес-плана — это...
А) Раскрытие миссии компании.
Б) Представление налоговых обязательств.
В) Детализированный расчёт доходов и расходов, денежного потока и прогнозируемых финансовых результатов.
Г) Анализ прав собственности на интеллектуальную собственность.

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме экзамена

Раздел дисциплины	Вопросы
Раздел 1. Теоретические основы бизнес-планирования.	1) Дайте определение бизнес-плана и назовите его основную цель. 2) Какие обязательные разделы должна содержать классическая структура бизнес-плана? 3) Что представляет собой резюме бизнес-плана и какое значение оно имеет? 4) Назовите основные виды бизнес-планов и охарактеризуйте каждый из них. 5) В чем отличие бизнес-плана от стратегического плана? 6) Какие методы анализа рынка используются при написании бизнес-плана? 7) Какую информацию содержит маркетинговый раздел бизнес-плана? 8) В чем заключается анализ конкурентоспособности в бизнес-планировании? 9) Как формируется SWOT-анализ в рамках бизнес-плана? 10) Как определяется емкость рынка и почему этот показатель важен? 11) Какие разделы бизнес-плана содержат анализ финансовых показателей? 12) Назовите основные источники финансирования бизнеса и дайте их краткую характеристику. 13) Как выбираются каналы продвижения и дистрибьюторская сеть? 14) Как формируются основные цели и задачи компании в бизнес-плане? 15) Что такое миссия компании и почему она важна в бизнес-планировании?
Раздел 2. Методические основы бизнес-планирования.	1) Что такое постоянные и переменные издержки и как они учитываются в бизнес-планировании? 2) Как рассчитывать точку безубыточности и какова её значимость? 3) Назовите основные финансовые показатели, используемые в бизнес-планировании. 4) Что такое чистая приведенная стоимость (NPV) и как она рассчитывается? 5) Как определить внутреннюю норму доходности (IRR) и почему это важно? 6) Что такое период окупаемости проекта и как его рассчитать? 7) Какие варианты анализа рисков используются в бизнес-планировании? 8) Какие процедуры осуществляются для оптимизации производственных мощностей? 9) Как осуществляется планирование трудовых ресурсов в бизнес-плане? 10) Какие инструменты используются для прогнозирования объемов продаж? 11) В чем особенность анализа чувствительности в бизнес-планировании? 12) Что такое сбалансированная система показателей (Balanced Scorecard) и как она связана с бизнес-планированием? 13) Какие трудности могут возникать при осуществлении международного бизнес-планирования? 14) Какие нормативные акты регулируют подготовку и оформление бизнес-планов в России? 15) Как построить эффективный механизм мониторинга и контроля исполнения бизнес-плана?

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 4-х балльной системы
«отлично»	Повышенный ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
«хорошо»	Стандартный ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3
«удовлетворительно»	Пороговый ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК- 5.3
«неудовлетворительно»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне