

Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Институт торговли и сферы услуг

Кафедра торгового дела и маркетинга

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ  
КУРСОВОГО ПРОЕКТА**

Дисциплина: Проектный анализ и управление e-commerce проектами

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Профиль подготовки 38.03.06.01 Коммерция

Красноярск 2022

Методические указания по выполнению курсовых проектов для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело составлены в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования 38.03.06 Торговое дело.

Разработчики: А.В Волошин, Т. А. Мельникова А. В. Цацорин

Зав. кафедрой:

\_\_\_\_\_ Ю.Ю. Сулова

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1. Цели и задачи курсового проекта.....	6
2. Общие требования к курсовому проекту.....	6
3. Выбор проекта для выполнения.....	8
4. Содержание курсового проекта .....	8
5. Порядок подготовки и защиты курсового проекта	10
6. Основные этапы подготовки курсового проекта.....	12
7. Подготовка презентации курсового проекта .....	13
8. Порядок публичной защиты курсового проекта	14
9. Рекомендуемая литература.....	16
10. Приложения	

## ВВЕДЕНИЕ

Анализ реализуемых предприятиями проектов позволяет руководству предприятия установить комплекс взаимосвязанных ключевых целей, приоритетов и стратегий в бизнесе, оценить привлекательность проекта как с коммерческой точки зрения, так и с социальных, экологических, политических и других сторон.

Методы проектного анализа применимы как при создании новых бизнес-проектов, так и при реализации различных проектов в уже существующих компаниях.

Проведение проектного анализа позволяет компании учесть множество факторов и условий, которые влияют на сам проект и формируют риски не достижения основных показателей и целей, что позволяет предпринимателю не только обосновать необходимость разработки того или иного бизнес-проекта, но и оценить возможность его реализации в рыночных условиях.

Реализация любого бизнес-проекта напрямую связано с методичностью и точностью его проработки, следовательно, любой бизнес-проект должен иметь соответствующий анализ, раскрывающий различные аспекты того или иного бизнеса. Данное положение подтверждается тем, что в современных условиях набирают популярность start-up-проекты, для которых анализ проекта позволяет точнее определить рыночную нишу, понять ситуацию в том или ином рыночном сегменте и место компании на данном рынке.

Выполнение курсового проекта предусматривает повышение роли самостоятельной работы студентов по изучению ряда проблемных вопросов курса и обеспечивает развитие учебно-познавательной деятельности студента, профессиональной ориентации, интересов в решении задач в сфере проектного анализа.

В результате написания курсового проекта у студента формируются следующие компетенции:

ДПК-4: способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности с использованием информационных технологий

ДПК-5: готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности

ДПК-6: способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность

ПК-7: способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

Методические рекомендации определяют порядок выполнения курсового проекта, выбора студентом темы курсовой работы, порядок утверждения темы, общие требования, предъявляемые к данному виду работ, освещают последовательность подготовки, структуру и содержание работ, а также требования к научно-справочному аппарату в соответствии с действующими стандартами СФУ.

В Методических рекомендациях закреплена система оказания помощи и организации, контроля за работой студентов на всех этапах их работы над избранной темой со стороны научных руководителей, а также определен порядок защиты курсовых проектов.

## **1. Цели и задачи курсового проекта**

Целью курсового проекта является развитие навыков проектного анализа на основе самостоятельного исследования внешней и внутренней среды бизнес-проекта, навыков презентации проекта для привлечения потенциальных инвесторов, закрепление и применение знаний, полученных в рамках изучения дисциплин: микроэкономика, экономика, маркетинг, прогнозирование, развитие аналитических навыков и навыков взаимодействия с представителями бизнеса.

Задачами курсового проекта являются:

- практическое освоение и отработка технологии анализа проекта, в том числе в части содержания ключевых разделов анализа;
- формирование и развитие навыков выявления бизнес-идеи;
- приобретение и развитие навыков анализа проекта на основе реальных данных компаний, а также умения обрабатывать внешнюю и внутреннюю информацию;
- развитие презентационных навыков и навыков публичной защиты результатов реализации проекта.

Студенты в процессе самостоятельной проработки избранного направления в теме должны всесторонне раскрыть ее социально-экономическую необходимость и предложить выводы по результатам работы.

## **2. Общие требования к курсовому проекту**

Проекты могут представлять различные бизнес-идеи, в том числе планируемые к реализации и разрабатываемые проекты от новых или существующих компаний из различных отраслей и форм собственности.

При выполнении курсового проекта необходимо выполнить следующие общие требования:

### *Содержание и структура проекта.*

В курсовом проекте должны быть представлены результаты самостоятельной работы студентов, выполненной с использованием принципов и методов проектного анализа.

Студенты анализируют проект по реализации предложенной ими бизнес-идеи, согласованной с преподавателем.

Проект должен быть экономически целесообразным и отвечать критериям экономической эффективности.

Отчет по курсовому проекту должен быть выполнен согласно структуре, представленной в настоящих Методических указаниях, содержать четко сформулированную цель и задачи проекта, характеризоваться последовательным и логичным изложением результатов анализа, содержать обоснованные выводы.

В процессе реализации проекта должны быть использованы как первичные источники информации в виде интервью, так и вторичные в виде публично доступных статистических, финансовых и аналитических отчетов и материалов, имеющих непосредственное отношение к теме проекта, деятельности выбранной компании или отрасли, а также статей из научной и периодической деловой литературы.

В тексте должны содержаться ссылки на все используемые источники информации. В случае необходимости, вызванной спецификой конкретного проекта, разрабатываемый документ может иметь структуру, отличающуюся от типовой, в этом случае изменения в структуре должны быть согласованы с научным руководителем.

Курсовой проект может быть выполнен как для создания новой компании или идеи (стартапа), так и для отдельного проекта или продукта уже существующей компании.

### *Самостоятельный характер.*

Текст курсового проекта должен носить самостоятельный характер, не допускается заимствование текста из печатных или электронных источников без соответствующих ссылок.

Отчет по курсовому проекту в обязательном порядке проходит проверку на плагиат в соответствии с Регламентом организации проверки письменных учебных работ студентов на плагиат и размещения на корпоративном сайте СФУ выпускных квалификационных работ обучающихся по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры.

Выявление в отчете элементов плагиата вне зависимости от совокупного объема заимствований является основанием для не допуска работы к защите.

### *Оформление.*

Курсовой проект должен быть выполнен в точном соответствии с требованиями, указанными в данных Методических указаниях. Несоблюдение требований к его оформлению является основанием для снижения общей оценки. Объем курсового проекта не может быть менее 15 страниц (без учета приложений).

### **3.Выбор проекта для выполнения**

Курсовой проект выполняется из **списка тематических направлений проектов**, представленных в методических указаниях (приложение 1) и согласованного с руководителем. Проекты могут представлять различные бизнес-идеи, в том числе планируемые к реализации и разрабатываемые проекты от новых или существующих компаний из различных отраслей и форм собственности.

В отдельных случаях, по согласованию с руководителем, тематический проект может быть модифицирован в соответствии с особенностями изучаемого предприятия (организации) и конкретными целями студента.

Оформление тематического направления проекта для курсового проекта осуществляется студентами посредством заявления в установленные сроки руководителем..

### **4. Содержание курсового проекта**

Основной текст курсового проекта состоит из следующих разделов, которые полностью раскрывают содержание проекта и включают:

1. Краткое описание (резюме) проекта
2. Анализ бизнеса и анализ рынка
3. Анализ маркетинга и продаж проекта
4. Организационный анализ проекта
5. Анализ производственных процессов
6. Анализ инвестиций проекта
7. Финансовый анализ проекта
8. Оценка эффективности проекта и анализ рисков

К сдаче принимается только курсовые проекты, содержащие все указанные разделы. Логика построения состоит в последовательном анализе и обосновании выводов об эффективности построения выбранного бизнеса и включает следующие шаги:

- описание *бизнеса проекта*, характеризующее бизнес-модель фирмы или проекта и содержащее ответы на вопросы о том, какие продукты или услуги

(выбор продуктового портфеля, уникальное предложение), для какой целевой аудитории (сегментация и позиционирование) и в каком объеме (выбор масштаба бизнеса) планируется продавать или оказывать услуги;

- *анализ рынка*, позволяющий оценить его объем, потенциал, описание целевой аудитории потребителей, планирование объемов продаж с последующим их обоснованием и описанием необходимого маркетингового инструментария (*план продаж и маркетинга*), этап включает обязательное составление инструментов анализа спроса (например, разработка анкеты и ее тестирования);

- описание требуемого кадрового состава, организационной структуры и организационно-правовой формы предприятия (*организационный план*);

- описание торгово - технологического процесса по каждому продукту и требуемых активов, компетенций и ресурсов, задействованных в технологическом процессе, планирование объемов продаж каждого продукта, а также соответствующих операционных и инвестиционных затрат (*план производства и план инвестиций*);

- описание финансового результата бизнеса в каждом периоде, входящем в период планирования — выручки, операционных затрат и прибыли, а также операционного и *свободного денежного потока* (*финансовый план*);

- *оценка* эффективности планируемого бизнеса по критериям NPV и IRR; анализ рисков проекта с помощью анализа чувствительности показателя NPV к основным параметрам операционной деятельности проекта (продажи и затраты).

Расчет показателей эффективности инвестиционного проекта проводится с учетом приведения будущих доходов от проекта и инвестиционных расходов к текущей стоимости (дисконтирования денежных потоков):

- Текущая стоимость (Present Value, PV);
- Чистая текущая стоимость (Net Present Value, NPV);
- Индекс рентабельности (Profitability Index, PI);
- Внутренняя ставка доходности (Internal Rate of Return, IRR);
- Дисконтированный срок окупаемости (по согласованию с руководителем).

- *оценка рисков* рассматривает вероятность возникновения при реализации проекта неблагоприятных событий, выявляют их причины и разрабатывают меры предотвращения или снижения ущерба. Ситуации, грозящие неблагоприятными последствиями, должны быть описаны просто и объективно. Необходимо сделать их привязку к конкретным фазам проекта (прединвестиционной, инвестиционной, эксплуатационной), раскрыть природу и происхождение опасности (действия конкурентов, собственные промахи и просчеты, изменение налогового законодательства и т.д.). Даже если ни один из внутренних и внешних факторов не включает в себе сколько-нибудь серьезной угрозы, следует все-таки их перечислить и пояснить, почему опасаться нечего.



В случае разработки нового продукта или сервиса рекомендуется проведение минимум одной итерации дизайн-мышления, результаты работы добавляются в качестве приложения к курсовому проекту.

В данный блок включаются:

- эмпатическое исследование клиентского опыта (не менее 5-ю интервью с пользователями, сессии наблюдения, если применимо и / или проживания опыта);

- анализ и синтез;
- генерация идей;
- прототипирование;
- тестирование.

Дополнительная информация и макеты таблиц основных разделов проектного анализа, представлена в приложении 2.

## **5. Порядок подготовки и защиты курсового проекта**

Структура курсового проекта

Курсовой проект должен включать в себя:

- титульный лист;
- оглавление, в котором перечисляются разделы проведения проектного анализа с указанием соответствующих номеров страниц;
- основной текст проектного анализа;
- заключение;
- список использованных источников информации;
- приложения.

Предлагаемая структура итогового документа является рекомендуемой, но может быть изменена по согласованию с научным руководителем и в соответствии со спецификой конкретного проекта (бизнес-идеи).

Конкретный перечень вопросов для описания различных разделов может варьироваться в зависимости от типа бизнеса. Разрабатываемый проект должен быть написан грамотно, понятным языком. Если в тексте используются специальные термины, необходимо дать им определения либо в основной части или в словаре, приводимом в приложении. Для наглядности представления данных целесообразно использовать таблицы и графики. Нельзя допускать, чтобы прогнозные финансовые показатели выглядели нереалистичными. Все утверждения и прогнозы должны основываться на достоверных допущениях. При этом отрицательные показатели проекта не относятся к нереалистичным. Принимаются к защите любые обоснованные показатели оценки проекта.

Титульный лист оформляется в соответствии с установленным шаблоном (представлен в Приложении 3).

Основная часть отчета должна включать преимущественно фактологическую информацию и результаты ее аналитической обработки с использованием предложенных инструментов. Необходимо представить ссылки на источники информации, что особенно важно для числовых показателей.

Заключение должно содержать четко сформулированные основные выводы об эффективности мер, предложенных в рамках курсового проекта, вытекающие из содержания проекта и обобщающие результаты проведенного анализа. В заключении не должны рассматриваться вопросы, не раскрытые в основной части отчета.

При разработке проекта необходимо определить, какую информацию включить в основную часть, а какую в приложения.

Например, подробную характеристику продукта (услуги) или подробный анализ рынка можно включать в приложения, а в основной части достаточно оставить основные выводы и ссылки. Любые таблицы, графики, диаграммы, схемы и т. п., приводимые авторами в основной части (если они компактны) или выносимые ими в приложения, должны способствовать пониманию идей авторов и их аргументации.

Приложения являются обязательным элементом работы и используются для отражения дополнительной/ вспомогательной информации, используемой для основного анализа, например, статистический материал, дополнительный аналитический материал, иллюстративный материал и т.п.

Важно, чтобы представляемый материал способствовал более глубокому пониманию специфики анализируемой компании, а не выполнял исключительно иллюстративную функцию. На каждое приложение должна быть ссылка в тексте работы. При подготовке полного текстового варианта проекта необходимо не допускать дословного копирования или парафраза прочитанной литературы. Изложение должно вестись самостоятельно, своими словами и свидетельствовать о том, что авторы знакомы как с методикой проектного анализа, так и особенностями проекта.

Автор должен иметь свою точку зрения и уметь ее изложить таким образом, чтобы она была понятна другим. Самостоятельность изложения не исключает возможности цитирования, но каждая цитата должна соответствующим образом оформляться с указанием источника.

Список использованной литературы включает в себя все источники, на которые есть ссылки в тексте, а также же источники, которые были так или иначе использованы, хотя и не приведены в ссылках и примечаниях. Сноски, ссылки на

различные источники, примечания, оформляются в соответствии с требованиями системы менеджмента качества СФУ.

Оформление курсового проекта должно соответствовать требованиям Стандарта организации «Общие требования к построению, изложению и оформлению документов учебной деятельности» [СТАНДАРТ УНИВЕРСИТЕТА: Система менеджмента качества Общие требования к построению, изложению и оформлению документов учебной деятельности СТУ 7.5–07–2021 <https://about.sfu-kras.ru/docs/8127/pdf/155140>].

## 6. Основные этапы подготовки курсового проекта

Таблица 1 Основные задачи подготовки курсового проекта и ход их выполнения

<b>этапы</b>	<b>наименование</b>	<b>задачи</b>
<b>1этап</b>	<i>Ознакомление с целями и порядком проектного анализа.</i>	Изучение теоретических основ проектного анализа, используя отечественную и зарубежную литературу, в которой освещается эта проблематика.
<b>2этап</b>	<i>Определение структуры работы. Описание бизнес-идеи проекта.</i>	Обсуждение на консультациях с руководителем бизнес-идею проекта, определение какой бизнес будет использован для выполнения курсового проекта, составляется план его выполнения. Определяется перечень необходимой информации (как первичной, так и вторичной), методы ее получения для сбора материалов о соответствующих рынках. Определяются сроки выполнения разделов.
<b>3этап</b>	<i>Сбор информации для анализа проекта из вторичных источников. Предоставление научному руководителю разделов проекта «Описание бизнеса» и «Анализ рынка».</i>	Сбор информации для анализа из вторичных источников, привлекая открытые издания, электронные базы данных, сеть Интернет, периодическую литературу.
<b>4этап</b>	<i>Сбор информации из вторичных источников и полевых исследований. Предоставление научному руководителю разделов: «Анализ маркетинга и</i>	Сбор информации для анализа проекта из вторичных источников и проведение полевых исследований, независимых исследований, опросов потребителей, потенциальных конкурентов, возможных поставщиков, производителей до-

	<i>продаж» «Организационный анализ», «Операционный анализ», «Анализ производства (торговый)».</i>	полняющих товаров, анкетирование, наблюдение и т. д.
<b>5этап</b>	<i>Систематизация информации для анализа проекта. Предоставление научному руководителю разделов: «Анализ инвестиций», «Финансовый анализ» и «Оценка эффективности и анализ рисков».</i>	Первый вариант полностью написанной работы передается научному руководителю в сроки, определенные графиком выполнения курсового проекта.
<b>6этап</b>	<i>Подготовка полного текста курсового проекта и презентации для его защиты.</i>	Готовится окончательный вариант курсового проекта с учетом замечаний и рекомендаций научного руководителя. Курсовой проект должен быть подготовлен и оформлен в соответствии с установленными правилами. Неправильно оформленные или несвоевременно представленные проекты к защите не допускаются. Параллельно с оформлением чистового (окончательного) варианта курсового проекта студент готовит презентацию результатов проекта для публичной защиты.

## 7. Подготовка презентации курсового проекта

### Процесс создания презентации:

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

- Разработка презентации – подготовка слайдов презентации, включая вертикальную и горизонтальную логику, содержание и соотношение текстовой и графической информации.

- Репетиция презентации – это проверка и отладка созданной презентации.

*Выбор дизайна презентации (цвет, шрифты)*

В качестве цветовой гаммы можно использовать как корпоративные цвета СФУ или анализируемой компании, так и свои.

На сайте <https://color.adobe.com/ru/create/color-wheel/> можно выбрать цвета для вашей презентации из цветового круга и настроить дизайн в презентации Microsoft Powerpoint на вкладке «Дизайн»:

- выбирайте сечение нескольких шрифтов, подходящих друг другу, как правило, это два основных шрифта, отличающиеся друг от друга;
- используйте разный размер шрифтов для визуального выделения разных блоков информации;
- сочетайте жирный шрифт и курсив;
- цвет фона презентации: на одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: для фона, для заголовка, для текста,

Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования), следите за тем, чтобы текст не сливался с фоном, учитывайте, что на проекторе контрастность будет меньше, чем у вас на мониторе. Лучший фон — белый (или близкий к нему), а лучший цвет текста — черный (или очень темный нужного оттенка).

#### *Проект структуры презентации*

Максимально сократите количество текстовых тезисов, выносимых на слайды.

#### *Визуализация презентации:*

- разбивка на блоки;
- формирование связей с помощью стрелок;
- добавление картинок: картинки в презентации должны быть хорошего разрешения

(> 1000 пикселей), в поисковиках лучше искать большие или средние по размеру картинки, при поиске картинок можно выбрать размер;

- добавление иконок: скачать иконки в презентацию можно с сайта <https://thenounproject.com/>, поменять цвет иконок можно в программе PowerPoint, цвет иконки дол

## **8. Порядок публичной защиты курсового проекта**

Научный руководитель дает отзыв на окончательный вариант курсового проекта о соответствии или несоответствии работы предъявляемым требованиям, а так же ставит визу на титульном листе о допуске проекта к защите.

Оценка выставляется студенту по результатам защиты работы.

Во время защиты в течении 10 минут совокупного времени, устно изложить результаты проведенного анализа с помощью презентации, выполненной в программе PowerPoint. Если проект предоставляется не одним студентом, а группой, члены проектной группы могут самостоятельно выбрать структуру презен-

тации и последовательность выступления отдельных членов проектной команды. Каждый член проектной команды должен выступить с частью презентации, а также активно участвовать в ответах на вопросы по защите. При защите курсового проекта командой вопросы по курсовому проекту, как всей проектной группе, так и конкретным ее членам, вне зависимости от того, какую часть проекта выполнял отдельный член команды.

Выполнение проекта командой не подразумевает под собой по умолчанию разделение работы на несколько частей для осуществления автономной деятельности, а затем объединения полученных результатов, поэтому даже при таком подходе каждый член проектной команды должен свободно ориентироваться во всех элементах выполненного анализа и быть способным ответить на вопросы по каждой части проекта.

При формировании оценки учитывается качество проведенного анализа и обоснованность предложенных рекомендаций, способность студента (студентов проектной команды) четко и аргументировано представить результаты в отведенное время, умение полно и по существу ответить на вопросы по защите.

Если студент пропустил защиту проекта по уважительной причине, студент допускается к индивидуальной защите. При этом, для получения оценки такой студент должен будет защитить весь проект целиком. В случае индивидуальной защиты оценка студента может не совпадать с оценкой остальных членов команды, полученной во время основной защиты.

Оценка за курсовой проект выставляется на основании совокупности критериев, указаны ниже в таблице 2

*Таблица – 2 Критерии оценки курсового проекта*

1	<b>Отчет по курсовому проекту</b>	<b>3,5</b>
1.1	Соответствие текста и логики рассуждения алгоритму проведения анализа	2,5
1.2	Грамотное использование статистического и фактологического материала	0,3
1.3	Отсутствие аналитических ошибок	0,2
1.4	Оформление курсового проекта в соответствии с требованиями, отраженными в методических указаниях	0,5
2	<b>Презентация результатов проекта</b>	<b>5</b>
2.1	Логичность изложения представляемых результатов	1,0
2.2	Грамотное использование инструментов PowerPoint	0,5
2.3	Аргументированность, логичность, лаконичность ответов на вопросы	2
2.4	Знание предметной области (алгоритм проведения проектного анализа и его использование при принятии решения об инвестировании)	1,5
3	<b>К отчету представлена справка о внедрении курсового проекта, в действующей организации</b>	<b>1,5</b>
		<b>10</b>

Для получения оценки отлично (9–10 баллов) по результатам проекта студенты должны демонстрировать достижения, поставленных задач проекта:

- проведен анализ, на основе которого разработан бизнес-проект по направлению (развития, расширения деятельности, реорганизации производства) то есть, который полезен компании и оценивается представителем компании как значимый;

- студенты проявили критическое или творческое мышление или успешно выполнили задачи повышенной сложности;

- студенты предложили неожиданное (прорывное) инновационное решение, демонстрирующее высокий уровень освоения образовательных результатов по элементу контроля.

- курсовой проект должны быть подкреплены краткой справкой от компании о намерении/факте использования/внедрения конкретных рекомендаций команды.

- научный руководитель курсового проекта должен предоставить обоснования в отзыве о курсовом проекте с указанием того, каким образом продемонстрированные студентами достижения поставленных задач реализации проекта.

Оценка «хорошо» по результатам защиты выставляется студента, набравшим 8-7 баллов

Оценка «удовлетворительно» по результатам защиты выставляется студентам, набравшим 6-5 баллов.

Оценка «неудовлетворительно» по результатам защиты выставляется студентам, набравшим менее 5 баллов.

## 9. Рекомендуемая литература

1. Лившиц, В.Н. О типовых заблуждениях при оценке эффективности реальных инвестиционных проектов [Текст] / В. Н. Лившиц, П. Л. Виленский// Экономика и математические методы. - 2014. - № 1. - С. 3–23.
2. Никонова, И.А. Проектный анализ и проектное финансирование [Текст] / И. А. Никонова. - М.: Альпина Паблишер, 2012. - 154 с.
3. Верба, В. А. Проектний аналіз: підручник [Текст] / В. А. Верба, О. А. Загородніх. - К.: КНЕУ, 2000. - 322 с.
4. Бардиш, Г. О. Проектний аналіз: Підручник [Текст] / Г. О. Бардиш. - К.: Знання, 2006. - 415 с.
5. Теплова, Т. В. Современные модификации стоимостной модели управления компанией [Текст] / Т. В. Теплова// Вестник Московского университета. Сер. 6, Экономика. - 2004. - № 1. - С. 83-103.
6. Теплова, Т. В. Теплова, Т. В. Куда идет проектная аналитика? [Текст] / Т. В. Теплова// Управление компанией. - 2005. - № 5. - С. 40-44.
7. Управление проектом. Основы проектного управления : учебник [Текст] / Р. М.Л. - М.: КНОРУС, 2010. - 760 с.

8. Виленский, П. Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика [Текст] / П. Л. Виленский, В. Н. Лившиц, С. А. Смоляк. - М.: Дело, 2008. - 1104 с.
9. Волков, А. С. Оценка эффективности инвестиционных проектов [Текст] / А. С. Волков, А. А. Марченко. - М.: Инфра-М, 2006. - 111 с.
10. Разу, М. Ф. Управление проектом. Основы проектного управления [Текст] / М. Ф. Разу. - М.: Кнорус, 2006. - 768 с.
11. Верич, Ю. Л. Визначення життєвого циклу проекту [Текст] / Ю. Л. Верич// Торгівля і ринок України. - 2008. - № 26. - С. 92-98.
12. Шевкунов, Н.О. Многоаспектний аналіз інвестиційних проектів і програм [Текст] / Н. Шевкунов// Труды Ростовского государственного университета путей сообщения. - 2016. - № 2. - С. 93-95.
13. Йескомб, Э.Р. Принципы проектного финансирования [Текст] / Э. Йескомб. - М.: Альпина Паблишер, 2015.
14. Никонова, И.А. Проблемы стоимостной оценки в проектном анализе и проектном финансировании [Текст] / И. А. Никонова, М. А. Федотова// Экономический анализ: теория и практика. - 2014. - № 42. - С. 2-10.
15. Водяненко, О.И. Особенности оценки инвестиционных проектов в общественные блага [Текст] / О. Водяненко// Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. - 2012. - № 2. - С. 12
16. Верич, Ю.Л. Верич, Ю. Л. Порівняння методик розрахунку грошового потоку підприємства та грошового потоку за проектом [Текст] / Ю. Л. Верич// Торгівля та ринок. - 2011. - № 31. - С. 362-368.
17. Безверхий, К. В. Економічна сутність непрямих витрат [Текст] / К. В. Безверхий// Фінанси, облік і аудит. Збірник наукових праць. - 2008. - № 12. - С. 190-197.
18. Теплова Т.В. Эффективный финансовый директор [Текст] / Т. В. Теплова. - М.: ЮРАЙТ, 2008.
19. Аньшин, В. М. Инвестиционный анализ. Уч. -пр. пособие [Текст] / В. М. Аньшин. - М.: Дело, 2004. - 280 с.
20. Бирман, Г. Капиталовложения: экономический анализ инвестиционных проектов [Текст] / Г. Бирман, С. Шмидт. - М.: Юнити-Дана, 2003. - 631 с.
21. Богоявленська, Ю. В. Проектний аналіз: Навчальний посібник [Текст] / Ю. В. Богоявленська. - К.: Кондор, 2006. - 336 с.
22. Волков, И. М. Проектный анализ: Продвинутый курс [Текст] / И. М. Волков, Грачевам.В. - М.: ИНФРА-М, 2004. - 495 с.
23. Кучарина, Е. А. Инвестиционный анализ [Текст] / Е. А. Кучарина. - Спб: Питер М, 2006. - 160 с.
24. Семенов, Г. А. Фінансове планування і управління на підприємствах [Текст] / Г. А. Семенов. - К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 480 с.
25. Т. В. Теплова Инвестиционные риски: диагностика и практика учета // Теплова, Т. В. Инвестиционные рычаги максимизации стоимости компании. Практика российских предприятий, 2007.



**Примерный список тем курсовых проектов по дисциплине  
«Проектный анализ и управление e-commerce проектами»**

Тему курсового проекта следует выбрать и согласовать с преподавателем.

Допускается выбор темы, выходящей за рамки данного списка по согласованию с преподавателем.

Список тем:

1. Разработка проекта открытия интернет-магазина;
2. Разработка проекта открытия интернет-доски объявлений;
3. Разработка проекта создания информационного сайта;
4. Разработка проекта создания (развития) мобильного приложения торговой компании;
5. Разработка проекта создания (развития) онлайн-сервиса туристических услуг;
6. Разработка проекта создания (развития) онлайн-сервиса услуг проката автомобилей;
7. Разработка проекта создания (развития) онлайн-сервиса поиска исполнителей;
8. Разработка проекта создания (развития) онлайн-сервиса туристических услуг;
9. Разработка проекта внедрения цифровых технологий на предприятии;
10. Разработка проекта повышения эффективности деятельности предприятия.
11. Разработка проекта создания (развития) регионального маркетплейса;
12. Разработка проекта открытия интернет-магазина детских товаров;
13. Разработка проекта открытия интернет-магазина спортивных товаров;
14. Разработка проекта открытия продовольственного интернет-магазина;
15. Разработка проекта открытия интернет-магазина фермерских товаров;
16. Разработка проекта открытия интернет-магазина строительных товаров;
17. Разработка проекта открытия интернет-магазина автозапчастей;
18. Разработка проекта открытия интернет-магазина хозтоваров;
19. Разработка проекта открытия интернет-магазина товаров для сада и огорода;
20. Разработка проекта открытия онлайн службы доставки.

**Рекомендации (план) к выполнению курсового проекта по дисциплине  
«Проектный анализ и управление e-commerce проектами»**

**Рекомендации к разделу «Описание проекта» (1-3 страницы)**

Студенту, выбравшему проект для реализации необходимо описать свой проект, указав следующие его параметры:

1. Наименование
2. Сфера деятельности (услуги, торговля, медицина, образование, IT...)
3. Местонахождение проекта
4. Описание товара/услуги/продукта
5. Способ монетизации проекта
6. Цель проекта
7. Задачи (этапы проекта) проекта
8. Преимущества перед существующими товарами и услугами

**Рекомендации к разделу «Анализ рынка и отрасли проекта» (2-4 страницы)**

В этом задании, студенту следует проанализировать основную статистику по рынку, а также поставщиков, конкурентов и потребителей проекта, заполнив таблицы, пример которых расположен ниже и сделав выводы по каждой из таблиц.

Студент может по своему усмотрению изменить структуру и наименование параметров, если посчитает это целесообразным по согласованию с преподавателем.

**Рекомендации к разделу «Анализ поставщиков»**

Пример анализа поставщиков:

№	Наименование	Что поставляет	Уровень качества	Возможность доставки	Уровень цен	Максимальный объем	...
1	ООО «123»				Низкий		...
2	ИП Иванов И.И.				Средний		...
3	ООО «ИТД»				Высокий		...
...	...	...	...	...	...		...

На основе полученных в ходе сбора и анализа данных сделать выводы.

**Рекомендации к разделу «Анализ конкурентов»**

Пример анализа конкурентов:

№	Наименование	Доля рынка	Уровень качества	Уровень цен	Рейтинг по отзывам	Наличие сайта или страниц в социальных сетях	...
1	ООО «123»				Низкий		...
2	ИП Иванов И.И.				Средний		...
3	ООО «ИТД»				Высокий		...
...	...	...	...	...	...		...

На основе полученных в ходе сбора и анализа данных сделать выводы.

## Рекомендации к разделу «Анализ потребителей и SWOT-анализ»

№	Положительное влияние	Отрицательное влияние
<b>Внутренняя среда</b>	<b>Strengths</b> (сильные стороны Вашего проекта).	<b>Weaknesses</b> (слабые стороны Вашего проекта).
<b>Внешняя среда</b>	<b>Opportunities</b> (внешние факторы, дающие возможности для достижения цели).	<b>Threats</b> (внешние факторы, которые несут угрозы для достижения цели).

На основе полученных в ходе сбора и анализа данных сделать выводы.

По завершении третьего раздела необходимо сделать выводы, основываясь на данных, полученных в ходе всего анализа рынка проекта.

## Рекомендации к разделу «План маркетинговых мероприятий и продаж»

На основе данных и выводов, полученных в ходе анализа рынка проекта подготовить план маркетинговых мероприятий и план продаж

План маркетинговых мероприятий (пример):

Наименование	Стоимость	Периодичность
Изготовление листовок 10000 штук	40000	единовременно
Таргетированная реклама в социальных сетях	45000	ежемесячно
Внедрение CRM системы	50000	единовременно
...	...	...
Участие в выставках	Условно бесплатное	Раз в квартал

На основе полученных в ходе сбора и анализа данных сделать выводы.

План продаж

Период	1	2	3	4	5	...
Количество продаж	3000	3000	...	...	...	...
Цена (средний чек)	150	150	...	...	...	...
Поступления от продаж	45000 0	45000 0	...	...	...	...

На основе полученных в ходе сбора и анализа данных сделать выводы.

## Рекомендации к разделу «Составление организационного плана»

В данном задании студенту необходимо определить следующие параметры своего проекта:

- Организационно-правовая форма
- Налоговый режим
- Коды ОКВЭД:
- Организационная структура компании
- Перечень необходимых лицензий и сертификатов

- Технические особенности проекта (площадь помещений, потребность в коммуникациях и так далее).

### Рекомендации к разделу «Определение постоянных и переменных затрат проекта»

Необходимо определить постоянные и переменные расходы проекта.

#### Расчет заработной платы (оклад)

Сотрудник	Оклад	Отчисления	Количество	Итого
Зарботная плата (кассир)	20 000	8400	2	56800
Зарботная плата (администратор)	30 000	12600	1	42600
...				
Итого				99400

#### Постоянные расходы

Статья расходов	Сумма в месяц, руб
Аренда	20 000
Бухгалтерские услуги	10 000
Зарботная плата (оклад)	99 400
...	
Итого	129 400

#### Переменные расходы

Статья расходов	% от цены
Сырье и материалы	5%
Премия сотрудникам	10%
...	
Итого	15%

### Рекомендации к разделу «Построение диаграммы Ганта»

Составляем диаграмму Ганта с указанием сроков и ответственных

Примерный внешний вид таблицы представлен ниже.

№	Наименование задачи	Ответственный / Порядчик				
			1 неделя	2 неделя	3 неделя	4 неделя
1	Поиск помещения					
2	Регистрация ИП					
...	...					
9	Установка оборудования					
10	Проведение маркетинговых мероприятий					
11	...					
12	Запуск проекта					

Сделать выводы...

### Рекомендации к разделу «Производственный план»

В этом задании необходимо составить список необходимого сырья и материалов, последовательность производственного процесса.

### Рекомендации к разделу «Финансовый план»

Рассчитать список инвестиционных затрат.

Наименование	Количество	Стоимость за 1 шт	Итоговая стоимость	Источник финансирования
Мебель	1	100 000	100 000	Кредит в банке
Ремонт	1	150 000	150 000	Собственные средства
Оборудование	3	50 000	150 000	Фонд содействия
Итого				

Составить таблицу движения денежных средств.

Период	1	2	3	4	5	...
Доходы						
Расходы						
Доход - Расход						
Налог						
Прибыль						
Прибыль (-убыток) накопительным итогом						
Окупаемость						

### Рекомендации к разделу «Оценка эффективности и анализ рисков».

Необходимо рассчитать:

- период окупаемости — минимальный период, за который сумма накопленной прибыли превысит сумму инвестиций (вложений);
- точку безубыточности — рассчитывается как отношение постоянных расходов к маржинальной прибыли с 1 товара/услуги. Маржинальная прибыль — разница между ценой и переменными расходами;
- дисконтированные показатели (по согласованию с руководителем).

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра Торгового дела и маркетинга

**КУРСОВОЙ ПРОЕКТ**

\_\_\_\_\_ по дисциплине

\_\_\_\_\_ на тему

Руководитель

\_\_\_\_\_ подпись, дата

\_\_\_\_\_ должность, ученая степень

\_\_\_\_\_ инициалы, фамилия

Студент

\_\_\_\_\_ номер группы

\_\_\_\_\_ номер зачетной книжки

\_\_\_\_\_ подпись, дата

\_\_\_\_\_ инициалы, фамилия

Красноярск 2022