

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Сибирский федеральный университет»
Институт торговли и сферы услуг**

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ ТОРГОВЛИ

*Методические указания к выполнению курсового проекта
по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятии торговли»
для бакалавров направления подготовки 38.03.06 Торговое дело*

Красноярск 2023

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

**для выполнения курсового проекта по дисциплине
«Бизнес-планирование на предприятии торговли»**

*для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
очной формы обучения*

Методические указания к выполнению курсового проекта по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятии торговли» направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело» /сост. Берг Т.И. – Сиб. Федер.ун-т. – Красноярск, 2023. – 57 с.

Разработчики:
_____  Берг Т.И.

Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры торгового дела и маркетинга «23» января 2023 г. Протокол № 5.

Зав. кафедрой



Ю.Ю. Суслова

© ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1. Цель и задачи выполнения курсового проекта	7
2. Общие указания для выполнения курсового проекта	9
2.1. Выбор и утверждение темы курсового проекта	9
2.2. Подготовка материала для написания курсового проекта	10
2.3. Структура курсового проекта и содержание ее отдельных частей	11
2.4. Примерная тематика курсовых работ по дисциплине	27
3. Порядок защиты курсового проекта	30
4.1. Допуск и порядок защиты курсового проекта	30
4.2. Критерии оценки защиты курсового проекта	31
5. Рекомендуемый библиографический список	34
6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	37
Приложения	39

ВВЕДЕНИЕ

Курсовой проект «Бизнес-планирование на предприятии торговли» является обязательным компонентом учебного плана студентов направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» очной формы обучения.

Курсовой проект: один из основных видов самостоятельной работы студентов в вузе, целью которой является развитие у студента творческих навыков, ознакомление с основами научных изысканий и детальное изучение одного из вопросов, связанных с изучаемым предметом (научного исследования по определенной теме), выполняется в виде текстового документа [9].

Курсовой проект по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятии торговли» должен научить студента самостоятельно разрабатывать бизнес-план для конкретных целей предприятия торговли и(-или) сферы услуг, или форме Start-Up, применять изученные методы бизнес-планирования в практике деятельности конкретных предприятий, обосновывать результаты анализа и прогнозирования реализации бизнес-идей, профессионально грамотно и последовательно в письменной форме излагать результаты проведенных исследований.

Курсовой проект состоит из текстового и графического материала.

Выполнение курсового проекта предполагает следующие этапы:

- выбор темы (предмета исследования), назначение научного руководителя;
- изучение требований, предъявляемых к выполнению и оформлению курсового проекта;
- согласование с научным руководителем плана курсового проекта;
- изучение литературы по проблеме, определение целей, задач и методов исследования;
- выполнение курсового проекта в соответствии с предъявляемыми требованиями;
- апробация результатов исследования;
- обобщение и представление результатов исследования;
- рецензирование работы научным руководителем и ее допуск к защите;
- защита и оценка работы.

В результате написания курсового проекта у студента направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» формируется следующие компетенции:

ОПК-2: способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;

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

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

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

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

Настоящие методические указания позволяют помочь студенту в выполнении курсового проекта по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятии торговли».

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Целью написания курсового проекта по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятии торговли» является закрепление и расширение теоретических и методологических знаний, формирование специальных практических навыков самостоятельной разработки бизнес-планов для различных целей на предприятиях и организациях торговли и сферы услуг.

Для достижения цели решаются следующие задачи курсового проекта:

- систематизация теоретико-методологических знаний бизнес-планирования, их применение при решении конкретных задач деятельности предприятий и организаций торговли и сферы услуг;
- расширить знания о методологии бизнес-планирования предприятий торговли и сферы услуг;
- систематизировать информацию о структуре, типах и видах бизнес-планов, технологиях и методах расчета показателей бизнес-плана в торговле и сфере услуг;
- умение применить основные методы экономического анализа и бизнес-планирования, обосновать и разработать реализацию бизнес-идеи для предприятий торговли и сферы услуг;
- развить у студентов самостоятельность мышления при разработке концепции формулирования и реализации бизнес-идеи предприятия торговли;
- развить у студентов креативное мышление при анализе и оценке жизнеспособности бизнес-плана предприятий торговли и сферы услуг.

В процессе выполнения курсового проекта бакалавры самостоятельно знакомятся с законодательными и нормативными документами, локальными и актами, работами зарубежных и отечественных ученых, статистическими данными, периодической литературой по теме исследования, материалами конкретных предприятий различных организационно-правовых форм торговли и сферы услуг.

В результате освоения дисциплины «Бизнес-планирование на предприятии торговли» студент должен:

Знать:

- методы сбора, анализа и обработки данных, необходимых для разработки перспективного бизнес-плана предприятия торговли;
- основные методы математического анализа и моделирования для разработки бизнес-планирования;
- специализированные программные продукты разработки бизнес-плана торгового предприятия;
- формы и способы организации материально-технического обеспечения бизнес-плана предприятия торговли;
- способы закупки и продажи товаров предприятия торговли для обеспечения и реализации бизнес-плана предприятия торговли;
- методы планирования материально-технического обеспечения бизнес-плана предприятия торговли;

– способы презентации бизнес-плана торгового предприятия для заинтересованных сторон.

Уметь:

- обобщать, систематизировать анализировать информацию для разработки перспективного бизнес-плана предприятия торговли;
- применять методы математического анализа и моделирования для расчета разделов бизнес-плана предприятия торговли;
- выбрать формы и способы организации материально-технического обеспечения предприятия торговли для разработки бизнес-плана;
- выбрать специализированные программные продукты для разработки отдельных разделов бизнес-плана торгового предприятия;
- выбрать методы планирования для обоснования материально-технического обеспечения бизнес-плана предприятия торговли;
- выбрать способы закупки и продажи товаров для разработки бизнес-плана предприятия торговли;
- разработать презентацию бизнес-плана торгового предприятия с учетом интересов заинтересованных сторон.

Владеть:

- практическими навыками сбора и анализа информации для разработки перспективного бизнес-плана предприятия торговли;
- практическими навыками применения методов математического анализа и моделирования для расчета показателей разделов бизнес-плана предприятия торговли;
- практическими навыками работы в специализированных программных продуктах для разработки отдельных разделов бизнес-плана торгового предприятия;
- навыками организации материально-технического обеспечения бизнес-плана предприятия торговли для разработки;
- практическими навыками планирования материально-технического обеспечения бизнес-плана предприятия торговли;
- практическими навыками разработки презентации бизнес-плана торгового предприятия с учетом целевой аудитории.

Курсовой проект по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятии торговли» является частью научно-исследовательской и организационно-управленческой деятельности, подготавливает студента к выполнению выпускной квалификационной (бакалаврской) работы и может служить основанием для написания статей и выступления с докладом на научно-практических конференциях.

2. ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

2.1. Выбор и утверждение темы курсового проекта

Студент самостоятельно выбирает тему курсового проекта согласно утвержденной на кафедре торгового дела и маркетинга примерной тематике курсовых проектов исходя из своих научных интересов и направлений.

Студент, желающий выполнить курсовой проект на тему, не предусмотренную примерной тематикой, должен обосновать свой выбор и получить разрешение у заведующего кафедрой. Кроме этого, тема курсового проекта может быть сформулирована на основании заказа предприятия на выполнение научных, практических исследований и разработок.

Как, правило, выбор темы курсового проекта по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятии торговли» осуществляются на основе уже проведенных исследований по тематикам курсовых работ по дисциплинам «Экономика торгового предприятия», «Экономика организации», «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Организация, проектирование и дизайн торгового предприятия», «Прогнозирование в торговле» и может являться развитием выбранных направлений научных исследований.

Каждый студент выбирает тему курсового проекта самостоятельно, в период с начала изучения дисциплины, указывая ее в заявлении на имя заведующего кафедрой по установленной форме (*Приложение 1*) и предприятия (или другого объекта исследования), на базе которого разрабатывается проект. Заявление подписывается руководителем курсового проекта и зав. кафедрой ТДиМ.

На основании заявлений студентов по кафедре составляется распоряжение по закреплению тем и руководителя курсового проекта, подписываемое зав. кафедрой.

Изменение темы или предприятия – базы написания курсового проекта осуществляется по письменному заявлению студента с указанием обоснованных причин изменений и утвержденных зав. кафедрой.

Распоряжением по кафедре утверждается тема и научный руководитель из числа профессорско-преподавательского состава.

Выполнение двух одинаковых тем курсового проекта на материалах одной организации (или одного объекта исследования) не разрешается.

Бакалавр выполняет курсовой проект по выбранной и утвержденной теме в соответствии с заданием под руководством преподавателя – научного руководителя.

После выбора темы научный руководитель согласовывает (корректирует) со студентом план выполнения курсового проекта и рекомендует литературу по теме.

Научный руководитель, назначаемый, как правило, из ведущих преподавателей кафедры, составляет совместно со студентом задание на курсовой проект и осуществляет текущее руководство в форме:

– согласование календарного графика выполнения курсового проекта;

- рекомендации основной и дополнительной литературы, справочных и архивных материалов и других источников по теме;
- систематические консультации по вопросам выполнения курсового проекта;
- контроль за выполнением работы в соответствии с установленным планом и в установленные сроки;
- написание отзыва на завершённую курсовой проект.

2.2. Подбор литературы и подготовка материала для написания курсового проекта

Выбрав тему курсового проекта из примерной тематики курсовых работ, утвержденной на заседании кафедры ТДиМ, студенты должны самостоятельно подобрать литературу по теме исследования. Список использованных источников должен содержать:

- 1) Законодательные и нормативные документы;
- 2) монографии и труды отечественных и зарубежных ученых по теме исследования;
- 3) учебники, учебные и методические пособия, методические указания по теме исследования;
- 4) материалы периодической печати, исследования, содержащие теоретические и практические вопросы менеджмента, бизнес-планирования предприятий торговли и сферы услуг по теме исследования;
- 5) статистические сборники, аналитические записки и т. п.;
- 6) материалы научно-практических конференций, совещаний, «круглых столов»;
- 7) материалы, содержащиеся в сети Интернет и т. д.

При предварительном ознакомлении с литературой необходимо обращать внимание, в какой последовательности автор рассматривает данную тему, какие основные вопросы выделены в процессе исследования, насколько она соответствует выбранной теме.

Подробно содержание и оформление списка использованных источников приведено в п. 3.10 (Приложение 4).

После ознакомления, обобщения и анализа теоретического материала в соответствии с намеченным планом курсового проекта следует начать сбор необходимой теоретической и практической информации.

Из плана курсового проекта видно, какие именно показатели необходимы для полного раскрытия темы исследования. Затем студент изучает отчетность – носитель этой информации, выбирает необходимые данные и показатели. Далее проводит аналитическую обработку собранной экономической информации в следующей последовательности:

- 1) собранные информационные данные необходимо свести в заранее заготовленные аналитические таблицы, это позволяет оценить качество и полноту полученной информации;

- 2) студент выполняет экономические расчеты для составления бизнес-плана предприятия, что позволяет оценить обоснованность управленческих решений для реализации бизнес-идеи;
- 3) студент выполняет визуализацию результатов исследования (схема, графики), необходимые расчеты с исчислением потребных показателей;
- 4) к каждой схеме, аналитической таблице следует сделать выводы, объясняющие степень развития ситуации, выявление причин данных отклонений.

Схемы, графики, экономические расчеты, аналитические таблицы с выводами представляют собой основу для написания основных разделов бизнес-плана курсового проекта.

К выполнению курсового проекта можно приступить только после того, как собран исходный материал и достаточно изучена литература по теме исследования.

Кроме этого, надо иметь в виду, что успешное выполнение работы во многом зависит от достоверности информации и грамотной обработки собранного материала, от правильного выбора таблиц, группировки в них показателей, а также графического отображения исчисленных показателей.

2.3. Структура курсового проекта и содержание ее отдельных частей

Курсовой проект выполняется на материалах конкретных предприятий торговли и сферы услуг, или разрабатывается «бизнес-план Start-Up».

Курсовой проект выполняется в соответствии со Стандартом организации. 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/288140>).

Структурно курсовой проект состоит из следующих элементов:

- титульный лист;
- реферат;
- содержание;
- введение;
- основная часть (глава 1, глава 2);
- заключение;
- список сокращений;
- список использованных источников;
- приложения.

Курсовой проект по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятии торговли» выполняются печатным способом с использованием компьютера на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297), шрифтом Times New Roman размером 14, межстрочный интервал принимают одинарный или полуторный. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту документа и равен 12,5 мм.

Текст курсового проекта печатают на листах (без рамки) с соблюдением следующих размеров полей:

- при вертикальной ориентации
 - а) левого – 30 мм;
 - б) верхнего и нижнего – 20 мм;
 - в) правого – 10 мм;
- при горизонтальной ориентации
 - а) левого и правого – 20 мм;
 - б) верхнего – 30 мм;
 - в) нижнего – 10 мм.

Каждый структурный элемент текстового документа начинают с новой страницы. Заголовки структурных элементов «РЕФЕРАТ», «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЕ» располагают посередине строки без абзацного отступа и печатают прописными буквами полужирным шрифтом. Заголовки отделяют от текста интервалом в одну строку, не подчеркивают и не нумеруют.

«Титульный лист» является обязательным для курсового проекта и содержит следующие реквизиты:

- наименование университета;
- полное наименование института в структуре университета;
- полное наименование кафедры, выдавшей задание на выполнение работы;
- полное наименование документа (курсовой проект);
- код и наименование направления и профиля подготовки;
- наименование темы курсового проекта;
- должность, ученую степень, фамилию, инициалы и подпись руководителя работы;
- фамилия, инициалы, номер зачетной книжки и подпись исполнителя работы;
- город и год выполнения работы.

Пример титульного листа приведен в *приложении 2*.

«Содержание» включают номера и заголовки структурных элементов, разделов (подразделов, пунктов) курсового проекта. В содержании последовательно перечисляются точные заголовки глав, параграфов и приложений, указываются соответствующие номера первых страниц, с которых начинается их изложение (Пример см. *Приложение 3*).

Пример составления содержания приведен в п. 2.5.

Структурно объем основного текста курсового проекта состоит (табл. 1):

Таблица 1 – Примерная структура курсового проекта по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятии торговли»

Разделы курсового проекта	Структура, в % к общему объему работы	Объем разделов работы (страниц печатного текста)
Введение	4	2-3
Глава 1	30	10-12
Глава 2	35	25-40
Заключение	4	2-3
Список использованных источников	2	2-3
Приложения		
Итого	100	41-60

Введение курсового проекта должно включать в себя:

- актуальность выбранной темы;
- цель и задачи написания курсового проекта;
- теоретическую и методическую основу написания работы;
- объект и предмет исследования;
- содержание, объем и структуру работы.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы исследования в современных условиях развития экономики России, отрасли, региона, показывается ее значимость и практическая ценность для предприятия торговли или других организаций.

Актуальность выбранной темы исследования может быть обоснована как с теоретической и методической точки зрения, так и практической значимостью проводимых исследований для выбранного объекта исследования. Бакалавр должен обосновать важность разработки бизнес-плана для конкретных целей, которые в дальнейшем будут освещены в проекте.

Во введении должна быть поставлена конкретная *цель* разработки бизнес-плана в соответствии с темой курсового проекта и определен круг решаемых задач, позволяющих достижение указанной цели проекта.

Задачи курсового проекта должны быть сформулированы в форме перечисления (проанализировать, разработать, обобщить, выявить, доказать, определить, установить, обосновать, спланировать и т.п.), так как описание их решения составляет содержание разделов курсового проекта. Задачи курсового проекта должны согласовываться со всеми положениями гипотезы, как по количеству, так и по содержанию.

Обязательным является указание теоретической и методической основы написания курсового проекта. *Теоретической основой исследования*, как правило, являются работы отечественных и зарубежных ученых по изучаемым вопросам и проблемам бизнес-планирования (указать в алфавитном порядке основных зарубежных и отечественных авторов, труды которых использовались при написании курсового проекта); законодательство Российской Федерации и его структур; данные Федеральной службы государственной статистики РФ, в том числе по субъекту Федерации месторасположения объекта исследования; официальные инструктивно-методические материалы, публикации в периодической печати, тезисы докладов и статьи научно-практических конференций, а также материалы собственных исследований.

Методической основой написания курсового проекта является использование методов научного познания: теоретических (формализации, исторического, логического, диалектического принципа изучения процессов и явлений, абстрактно-теоретического метода теории и подобия, теоретико-эмпирического), универсальных (анализа и синтеза; обобщения и аналогии; временного, структурного, трендового, коэффициентного, экспертной оценки), эмпирических (сравнения, описания, системного факторного анализа,

логического моделирования, планирования и прогнозирования, в т.ч. сценарного, сетевого и др.).

Применение каждого из данных методов определяется характером решаемых в процессе исследования задач.

Во введении также необходимо указать *объект и предмет исследования*. Предмет – это процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию, и избранное для изучения. Объект – это то, что находится в границах исследования.

Например: *«Предметом исследования в курсовом проекте является Разработка бизнес-плана диверсификации деятельности торгового предприятия (сферы услуг). Объектом исследования служит конкретное предприятие торговли – ООО «Партнер» или новое предприятие, которое планируется к открытию («бизнес-план с нуля»).*

Заканчивается введение указанием объема и структуры курсового проекта. Например: *«Курсовой проект состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объем работы ___ стр. Курсовой проект иллюстрирован ___ рисунками; ___ таблицами, ___ приложениями. Библиографический список включает _____ источников».*

Первая глава курсового проекта, как правило, посвящена теории и методологии предмета исследования. Студент должен осветить современное состояние изучаемой проблематики, осветить научно-практическое значение, проблемы предмета исследования в отрасли.

Целесообразно рассмотреть зарубежный опыт, опыт других смежных отраслей, отразить возможность и необходимость адаптации в практике объекта и /или отрасли.

При написании первой главы, с использованием трудов отечественных и зарубежных ученых в области менеджмента, нормативно-правовых актов, статистических сборников и других материалов. Необходимо в обязательном порядке делать ссылки на источники, приведенные в библиографическом списке.

В конце теоретической главы дается краткий вывод по рассмотренной тематике и переход к следующей главе работы.

Вторая глава курсового проекта отражает существо разрабатываемого бизнес-проекта, состоит из восьми разделов, которые полностью раскрывают содержание проекта и включают:

- 2.1. Краткое описание (резюме)
- 2.2. Общая характеристика предприятия и отрасли.
- 2.3. Характеристика товаров, услуг (продукции).
- 2.4. Исследование и анализ рынка сбыта
- 2.5. План маркетинга.
- 2.6. Организационный план
- 2.7. Производственный план (Торговый план)

- 2.8. План инвестиций
- 2.9. Финансовый план
- 2.10. Оценка эффективности проекта и анализ рисков

Раздел 2.1. Краткое описание (резюме)

Резюме содержит все основные идеи и положения бизнес-плана, выводы по целесообразности практической реализации проекта. Резюме должно отображать: суть проекта (основные преимущества и уникальность), цели и задачи бизнес-плана, экономическое обоснование и эффективность проекта, проектируемые основные технико-экономические показатели, источники финансирования, потребности в инвестициях, направления их использования, потенциальные риски. Резюме должно быть кратким на 1–2 страницах.

Резюме подготавливается в последнюю очередь, после того как бизнес-план в целом составлен.

Раздел 2.2. Общая характеристика предприятия и отрасли.

При изложении данного раздела должна быть включена следующая информация:

1. *Основные сведения о предприятии.* В организационной части дается общая характеристика торгового предприятия, для этого целесообразно составление *таблицы 1* (см. Приложение 5). Данный раздел включает следующие сведения:

- полное и сокращённое наименование предприятия, дату регистрации, юридический и фактический адрес предприятия, ОКВЭД;
- организационно-правовая форма предприятия;
- размер уставного капитала.

В разделе должны быть указаны те виды деятельности, которыми предприятие фактически занимается и планирует заниматься в ближайшей перспективе из общего перечня видов деятельности, указанных в Уставе предприятия.

Для формирования представления о масштабах предприятия, специфики его функционирования, приводится организационная структура в форме рисунка, механизм, средства и методы управления.

Экономическая характеристика предприятия. В данном разделе анализируют экономические показатели деятельности предприятия за два последних периода. Данные приводят в табличной форме – *таблица 2* (см. Приложение 5). Используя данные таблицы, можно сделать факторный анализ ряда показателей (по согласованию с руководителем курсового проекта) и соответствующие выводы, т. е. дать оценку деятельности предприятия в целом.

2. Характеристика отрасли.

В этом пункте курсового проекта излагается специфика отрасли, к которой принадлежит предприятие, современное состояние, перспективы развития отрасли, технологическая изменчивость. Описываются новые

продукты или достижения, новые рынки или покупатели, новые потребности. Для написания пункта рекомендуется использовать статистическую информацию о тенденциях развития отрасли, публикуемую в Интернете.

Для характеристики развития отрасли рассчитывается среднегодовой темп роста объемов продаж.

По результатам анализа делают вывод о целесообразности предлагаемого бизнес-проекта в данной отрасли.

3. Миссия и цели предприятия.

Миссия отражает основные аспекты деятельности предприятия и декларирует то, чему предприятие (бизнес) желает посвятить. Миссия показывает место и роль предприятия в экономике региона, страны. Из миссии вытекают направленности и сферы деятельности предприятия. Миссия в дальнейшем конкретизируется в виде набора общефирменных целей. При этом рекомендуется использовать как количественные показатели (например, доля рынка, объёмы продаж в натуральном и денежном выражении, размер прибыли, торговые (производственные) издержки и т.д.), качественные показатели.

4. SWOT-анализ оценки конкурентоспособности бизнес-плана.

SWOT-анализ позволяет определить следующие цели или задачи бизнес-плана:

- антикризисные мероприятия;
- точки роста;
- пересмотр стратегии;
- выстраивание маркетинговых стратегий (для нового рынка, товара, сегмента), борьбы с конкурентами.

Оценку микросреды предприятия (бизнес-идеи), целесообразно провести с помощью пяти конкурентных сил Майкла Портера:

- отраслевые конкуренты предприятия;
- поставщики;
- потребители;
- потенциальные конкуренты;
- товары или услуги-заменители.

Для изучения внутренней среды сравните свое предприятие (бизнес-идею) с конкурентами в нише по следующим факторам:

- финансы,
- маркетинг,
- производство: технологии, сырье и качество продукта,
- дизайн,
- кадры,
- управление и структура компании,
- доли рынка.

Результаты SWOT-анализа оценки конкурентоспособности бизнес-плана свести в таблицу 3 (см. Приложение 5).

Раздел 2.3. Характеристика товаров, услуг (произукции).

В данном разделе бизнес-плана приводится чёткое описание видов товаров (продукции, услуг), которые предполагаются к внедрению в результате реализации бизнес-плана. При описании товара следует делать акцент на преимущества товара, отвечающие запросам рынка. Товар должен быть рассмотрен с точки зрения его восприятия потребителем.

Так же товар(-ы) (продукция, услуга(-и)) рассматривается с позиции инвестора: упаковка, дизайн, свойства, степень защиты, обоснование цены. Целесообразно описать недостатки и меры по их преодолению. Давая характеристику внешнего оформления товара, следует отразить его соответствие современному дизайну и требованиям потребителей. Характеризуется используемая фасовка и упаковка товара (в случае применения) и описываются преимущества, получаемые товаром при использовании упаковки. Данные свести в *таблица 4* (см. Приложение 5).

Бизнес-план значительно будет привлекательным, если в нём будет показана фотография или рисунок изделия (помещается в приложении).

Раздел 2.4. Исследование и анализ рынка сбыта

Исследование рынка включает в себя основные направления, которые должны найти отражение в бизнес-плане:

- 1) изучение и сегментация потребителей, изучение спроса и отбор целевых сегментов;
- 2) прогноз рынка и объёма продаж;
- 3) исследование деятельности конкурентов.

Сегментация потребителей и отбор целевых сегментов. Сегментация рынка – это деление общей совокупности потребителей на определённые сегменты, для которых характерны общие потребности, требования к товару и мотивы его приобретения. Цель сегментации – найти на рынке как можно более однородные по своему поведению группы покупателей, каждая из которых может рассматриваться как отдельный рыночный сегмент.

В данном разделе бизнес-плана указываются основные потребители и принципы их сегментации, отмечается, что привлекает типичного покупателя данного сегмента, очерчивается круг наиболее привлекательных сегментов.

Необходимо отдельно привести критерии сегментации:

- демографические (возраст, пол, размер семьи, жизненный цикл семьи, профессия и род занятий, уровень образования, уровень дохода в месяц и др.);
- географические (географическое местоположение, города, сельская местность, размер городских поселений (число жителей), тип местности и плотность поселения, климат);
- поведенческие (частота покупок, тип потребителя, интенсивность потребления, степень приверженности и степень лояльности, степень готовности к восприятию товара и др.).

таблицы по сегментации потребителей построить самостоятельно.

Прогноз рынка и объёма продаж. Наиболее важными этапами исследования рынка являются прогнозирование спроса, как элемент развития

рынка и составление прогноза объёмов товарооборота (продаж). Для расчетов может быть использован широкий инструментарий методов прогнозирования: индивидуальные и коллективные экспертные оценки; метод скользящей средней, экспоненциальное сглаживание, регрессионный анализ, нормативный метод, метод стандартного распределения вероятностей и др. В курсовой работе можно ограничиться применением экспертных методов при прогнозировании спроса и метода стандартного распределения вероятностей для определения прогноза объёмов продаж.

Конкурентный анализ. При разработке бизнес-плана должны быть реально оценены сильные и слабые стороны конкурентов. По результатам исследования деятельности конкурентов производится количественная оценка уровня конкурентоспособности предприятия.

Оценка уровня конкурентоспособности предприятия может быть произведена с использованием одного из методов (метод балльной оценки; метод построения профиля требований; метод балльной оценки с учётом коэффициента весомости факторов) *таблица 5 (см. Приложение 5).*

Оценка товара (продукта, услуги) проводится путем сравнения с аналогами конкурентов по следующим критериям: качество, цена, маржинальность, ассортимент, программа лояльности, гарантийное обслуживание, способы оплаты, условия доставки. Аналитические исследования целесообразно свести в таблицу.

Раздел 2.5. План маркетинга

План маркетинга – это программа мероприятий по достижению прогнозируемого объёма товарооборота (продаж) и получению максимальной прибыли. Данный раздел бизнес-плана формирует основу взаимоотношений с будущими потребителями, и дает представление о механизме и способах распространения товаров (предоставления услуг), методах определения цен и стимулирования сбыта.

В разделе бизнес-плана «План маркетинга» описываются следующие направления:

- ценообразование;
- механизм и способы распространения товара;
- реклама.

Ценообразование. В данном пункте необходимо разработать свою ценовую стратегию и сравнить её с ценовой политикой основных конкурентов, включая окупаемость затрат.

Указывается, какой метод ценообразования (затратный, паритет с конкурентами, ценности товара и др.) будет использоваться при установлении цены на товар в ходе реализации бизнес-плана:

1. Методы, основанные на издержках:
 - 1.1 средние издержки плюс прибыль;
 - 1.2 получение целевой прибыли;
2. Ценообразование с ориентацией на спрос:

- 2.1 ценообразование на рынке промышленных товаров;
- 2.2 ценообразование на рынке потребительских товаров;
- 3. Ценообразование с ориентацией на конкурентов:
 - 3.1 ориентация на уровень текущих цен;
 - 3.2 тендерное ценообразование

Обосновать адекватность ценовой стратегии и выделить различия между предлагаемыми ценами и ценами конкурирующих или замещающих товаров и услуг с точки зрения приобретения потребителями дополнительных ценностей (новизна, качества, гарантии, дополнительного обслуживания, снижение себестоимости и т.п.). Указываются скидки, позволяющие стимулировать реализацию товаров или услуг.

В данный раздел целесообразно включить организацию послепродажного обслуживания клиентов.

Механизм и способы распространения товара

В бизнес-плане необходимо изложить используемые предприятием систему товародвижения и каналы распространения товара с обоснованием канала распространения, который будет использоваться для продвижения нового товара или услуги в процессе реализации бизнес-идеи - *таблица 6 (см. Приложение 5)*.

Рассмотреть виды маркетинговых коммуникаций на предприятии (бизнес-идеи) – *таблица 7 (см. Приложение 5)*.

Рассмотреть методы стимулирования продаж, в том числе вопросы кредитования покупателей (продаж товаров в рассрочку), использование скидок при покупке товаров постоянными клиентами, при покупке оптом и др. Данные представляются в форме таблицы, с указанием названия скидки, её величины.

Необходимо отметить и такие вопросы, как частота организации потребительских конференций, ярмарок, выставок-продаж, система стимулирования труда, существующая у дилеров и торговых агентов, указать затраты на их проведение. Данные свести в таблицу.

Реклама. В данном разделе необходимо предложить общий вид рекламы реализуемого (производимого) товара (услуги) или предприятия, её текст. Определить затраты на рекламу и график её подачи - *таблица 8 (см. Приложение 5)*. Объяснить, почему предлагается реклама в конкретном СМИ. Посчитать эффективность рекламных мероприятий - *таблица 9 (см. Приложение 5)*.

Раздел 2.6. Организационный план

В данном разделе бизнес-плана описываются следующие направления:

- правовая форма;
- организационная структура;
- состав, структура и отбор кадров;
- организация и оплата труда работников.

Правовая форма. В данном разделе необходимо обосновать выбор организационно-правовой формы деятельности предприятия (физическое лицо – ИП, основатель организации – ООО или АО). Перечислить органы управления и их полномочия, состав учредителей и их права и обязанности (при ООО или АО). Описать организационную структуру предприятия.

Организационная структура. *Организационная структура* – это состав, система взаимоотношений и функций между различными структурными подразделениями предприятия, каждое из которых несет ответственность за свою сферу деятельности и является частью иерархической системы организации.

Указать какой вид организационной структуры применяется на предприятии в бизнес-проекте: линейная, функциональная, линейно-функциональная и т.д.

Оценить эффективность предлагаемой организационной структуры предприятия по следующим критериям:

- Позволяет наладить взаимодействие между всеми отделами и сотрудниками;
- Создает благоприятные условия для изготовления высококачественной продукции или оказания услуг;
- Способствует развитию предприятия, его товаров и услуг.

Разработать организационную систему в виде органограммы. Данная схема наглядно покажет состав подразделений организации. Необходимо описать организационную структуру предприятия текстом. В том числе взаимосвязь между собой структурных подразделений предприятия, обязанности каждого из них, а также полномочия и функции руководителей отделов. Данная информация позволит инвесторам убедиться, в способности организации нормальных условий работы и дальнейшего развития предприятия.

Состав, структура и отбор кадров. В данном разделе необходимо описать штат сотрудников, указать, специалисты какого профиля потребуются для нормальной работы, их опыт и образование, планируемую заработную плату и систему премирования.

Описать структуру аппарата управления – управленческая команда. Кто фактически будет осуществлять управление предприятием или торговой точкой (владелец магазина, директор, администратор, заместитель администратора и т.п.).

Описать основной персонал, необходимо указать:

- должность сотрудника (-ов);
- количество работников в этой должности (например, Администратор -1; Кассир -3);
- основные функции – *таблица 10 (см. Приложение 5).*

В разделе указать меры по укомплектованию кадров (служба занятости, связи с учебными заведениями и т.д.). Описываются принципы отбора и найма работников (контрактная система, испытательный срок и т.д.), система отбора

кадров (собеседование, тесты, рекомендации, отзывы, установление испытательного срока и т.д.).

Отразить мероприятия по дополнительному обучению (тренинги, мастер-классы и т.п.), возможные изменения штата в процессе деятельности предприятия, найм новых работников или других специалистов в какие временные периоды.

Оценить обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами – *таблица 11 (см. Приложение 5)*.

Организация и оплата труда работников. Вопросы оплаты труда на предприятиях регулируются путём принятия внутренних нормативных документов и осуществляются в соответствии с законодательством Российской Федерации о труде. Основными документами являются трудовой договор (контракт), коллективный договор, локальные нормативные акты.

В разделе необходимо указать формы оплаты труда (сдельная, повременная, другие системы). В курсовом проекте необходимо дать краткую характеристику применяемых форм и систем оплаты труда на предприятии для всех категорий работающих – *таблица 12 (см. Приложение 5)*.

Указать ежемесячную заработную плату работника по каждой должности, окладную часть, премиальную часть и систему премирования, ежегодную заработную плату работника по каждой должности. Данные целесообразно представить в виде *таблицы 13 (см. Приложение 5)*.

Рассчитать показатели по труду и заработной платы персонала предприятия – *таблица 14 (см. Приложение 5)*.

Раздел 2.7. Производственный план (Торговый план)

Производство в данном разделе – деятельность, связанная с изготовлением товаров и/или оказанием услуг.

Основная задача этого раздела – доказать партнёрам, что предприятие будет в состоянии реально производить (продавать) необходимое количество товаров в нужные сроки и с требуемым качеством.

Структурно раздела «План производства» состоит из следующих подразделов:

- местоположение предприятия;
- технология продаж (производства) (оценка существующей технологии, направления совершенствования и развития технологии);
- контроль качества торгово-технологического (производственного) процесса;
- потребность в долгосрочных активах.

Местоположение предприятия. Описание положительных и отрицательных сторон местонахождения предприятия. Анализ местонахождения должен учитывать:

- наличие трудовых ресурсов;
- местные стандарты уровня жизни и связанный с ним возможный уровень заработной платы;

- близость к клиентам и(или) поставщикам;
- возможные транспортные расходы;
- доступность и развитость инфраструктуры рынка, в т.ч. транспортной, промышленной и социальной;
- уровень арендной платы;
- местные законы, налоги и т.д.

Например, при размещении предприятия торговли можно оценить следующие аспекты:

- 1) покупательская активность в этом районе;
- 2) удобство подъезда;
- 3) оживлённость движения транспортных средств;
- 4) оживлённость движения пешеходов;
- 5) наличие мест парковки;
- 6) сообщение общественным транспортом;
- 7) расположение улицы;
- 8) ближайšie конкуренты;
- 9) удобство входа и выхода;
- 10) доступ для доставки грузов;
- 11) коммунальные услуги;
- 12) состояние здания;
- 13) стоимость аренды.

Технология производства. Данный раздел выполняется, если предприятие, выбранное в качестве объекта исследования, имеет процесс производства продукции или планируете на торговом предприятии осуществлять эту деятельность. Необходимо указать тип производства (единичное, серийное, массовое), методы его организации.

Приводится схема технологического процесса, т.е. из каких процессов, с помощью чего производится товар. Рекомендуется приводить схемы и рисунки, поясняющие технологические процессы.

Необходимо наметить мероприятия по совершенствованию технологии (*таблица 15, Приложение 5*).

Контроль качества производственного процесса. В данном разделе рассматривается действующая система управления качеством производимой (реализуемой) продукции. Описываются методы и средства контроля качества, указывается нормативно-технологическая документация, регламентирующая качество изготовления продукции (услуг), а также виды контроля качества (входной, промежуточный, выходной).

Потребность в долгосрочных активах. В разделе даётся оценка имеющихся основных фондов и нематериальных активов предприятия (бизнеса). Характеристика долгосрочных активов предприятия включает описание: площадь и стоимость земельного участка, имеющегося у предприятия, планируемые к приобретению здания, сооружения, машины, оборудование, транспортные средства (*таблица 16, Приложение 5*).

Если планируется приобретение нового технологического оборудования для реализации бизнес-идеи, в курсовом проекте необходимо указать его характеристики, где оно будет приобретаться и по какой цене.

Если планируется привлечение основных фондов (оборудования) на других условиях для реализации бизнес-плана описать виды, условия, стоимость, др. параметры (*таблица 17, Приложение 5*).

Основные фонды в процессе функционирования подвергаются износу. Амортизация – это постепенный перенос стоимости основных фондов на создаваемую (реализуемую) продукцию. Необходимые расчеты амортизации отразить в разделе самостоятельно.

По результатам привлечения долгосрочных активов оценить состав и структуру основных фондов (*таблица 18, Приложение 5*), рассчитать показатели эффективности основных фондов, отразить динамику и сделать соответствующие выводы (*таблица 19, Приложение 5*).

В разделе необходимо рассчитать расходы на закупку товаров, учитывая стоимость поставщиков – себестоимость продаж (*таблица 20, Приложение 5*), другие материалы для обеспечения торгово-технологического (производственного) процесса, издержек производства (себестоимости производимой (реализуемой) продукции (*таблица 21-22, Приложение 5*).

В курсовом проекте прогноз затрат может быть выполнен с использованием метода технико-экономических расчетов.

Раздел 2.8. Финансовый план

В данном разделе необходимо провести расчёт основных технико-экономических показателей по проекту:

1. Планирование товарооборота (выручки) и валового дохода (валовой прибыли) на плановый период.
2. Планирование остатков запасов товаров бизнес-проекта.
3. Планирование расходов бизнес-проекта.
4. Планирование прибыли бизнес-проекта.
5. План движения денежных средств.
6. Потребность в инвестициях и источники их финансирования.

Расчёт товарооборота (выручки) и валового дохода (валовой прибыли) на плановый период. Учитывая результаты анализа рынка, метод ценообразования и уровень торговой надбавки, рассчитать плановые показатели объема продаж применяя различные методы планирования (экономико-статические, экономико-математические, индексный, на основе потребления товаров и др.). Результаты оформить – *таблица 23, см. Приложение 5*.

Расчет остатков запасов товаров бизнес-проекта. Стоимость остатков товарных запасов (сырья) зависит от времени хранения товаров (сырья), срока оплаты поставщиков, времени продаж (производства), срока хранения товаров

(готовой продукции) и срока платежа клиента. Результаты оформить – *таблица 24, см. Приложение 5.*

Планирование расходов бизнес-проекта. Планирование расходов включает следующие элементы.

Расчет издержек обращения (расходов на продажу). Планирование издержек обращения провести различными методами (метод-техно-экономических расчетов, экономико-статистические, прямого счета и др.). необходимо разделить издержки на условно-переменные и условно-постоянные (*таблица 25, Приложение 5*). Рассчитать налоговые платежи по проекту в зависимости от системы налогообложения (*таблица 26, Приложение 5*).

Расходы для запуска проекта. Отдельно расписать расходы, связанные со стартом проекта (*таблица 27, Приложение 5*). Составить общий план расходов предлагаемой бизнес-идеи (*таблица 28, Приложение 5*).

Планирование прибыли бизнес-проекта. На основе полученных результатов рассчитать точку безубыточности, прибыль (убыток) от продаж, прибыль (убыток) до налогообложения, чистую прибыль (убыток) по бизнес-плану (*таблица 29, Приложение 5*).

План движения денежных средств. На основе полученных расчетов составить план денежных потоков и оттоков по основной (текущей), инвестиционной и финансовой деятельности (*таблица 30, Приложение 5*).

Потребность в инвестициях и источники их финансирования. В данном разделе бизнес-плана определить какие расходы потребуют инвестиционных вложений, например, на приобретение материальных активов: оборудование, производственный инвентарь, недвижимость, нематериальные активы (см. производственный план). При расчете инвестиционных затрат необходимо учитывать амортизацию инвестиционных объектов (см. производственный план, в т.ч. условия привлечения для реализации бизнес-идеи).

Необходимо разбить инвестиции по периодам деятельности проекта, определить предполагаемые источники финансирования расходов. При разбиении во времени инвестиционных затрат, необходимо учитывать, что они могут осуществляться во времени по-разному, в т.ч.:

- в произвольном порядке в течение всего рассматриваемого периода осуществления проекта;
- несколько периодов подряд;
- единовременно (в период t_0).

При разработке плана инвестиций, необходимо учитывать, что, финансирование планируется за счет комбинации нескольких видов источников. Если финансирование операций осуществляется за счет собственных средств собственника (собственников) следует выбрать модель доходности собственных средств (например, по ставке IRR).

По заемным средствам необходимо определить процентную ставку, которая определяет стоимость использования кредита. Источником информации по условиям, ставкам и размерам кредитования могут выступать ведущие банки и организации, которые занимаются финансированием малого

бизнеса (например, Сбербанк, Корпорация МСП, и т.п.). На основе собранных данных об условиях заемного финансирования необходимо составить схему погашения заемных средств и включить их в список операций предприятия.

Для расчета заемных средств самостоятельно построить таблицу погашения кредита (займа).

Результаты оформить – *таблица 31, см. Приложение 5.*

Раздел 2.9. Оценка эффективности проекта и анализ рисков

Эффективность бизнес-проекта. При определении эффективности бизнес-проекта обязательно использование методики оценки эффективности инвестиций на основе показателей, применяемых в рыночной экономике:

- чистый дисконтированный доход (NPV);
- индекс доходности (PI);
- внутренняя норма доходности (IRR);
- статический и динамический сроки окупаемости (PP).

Результаты оформить – *таблица 32, см. Приложение 5.*

Потенциальные риски проекта. В данном разделе необходимо отразить для будущих инвесторов/ кредиторов предприятия о возможных рисках при реализации проекта и основных методах защиты от их влияния.

Существуют внешние факторы риска (нестабильное состояние внешней экономической среды в государстве) и внутренние (специфические для конкретного проекта – например, сбои в организации работы самого предприятия).

Риски можно подразделить на четыре основных вида: финансовые, коммерческие, производственные и специфические.

Для оценки вероятности наступления событий, относящихся к каждому простому риску, использовались мнения трёх экспертов. Каждому эксперту, работающему отдельно, предоставлялся перечень первичных рисков и предлагалось оценить вероятность их наступления, руководствуясь следующей системой оценок:

0-15 – маловероятная;

16-35 – минимальная;

36-65 – средняя;

66-100 – высокая.

Результаты оформить – *таблица 33-34, см. Приложение 5.*

Вторая глава курсового проекта заканчивается краткими выводами по результатам проведенного анализа и бизнес-планирования. Отражает основные результаты резюме бизнес-проекта.

Заключение. В данном разделе должны быть тезисно обобщаются теоретические положения рассматриваемой проблематики бизнес-планирования, выявленные при проведении анализа сильные и слабые стороны деятельности предприятия, угрозы и возможности, дается общая оценка работы предприятия в отчетном периоде, в т.ч. по предмету

исследования, обосновываются мероприятия и рассчитанные на перспективу показатели объекта исследования. Изложены основные разделы паспорта бизнес-плана предприятия.

Предложения должны быть подкреплены конкретными расчетами и отражены во времени развития, направленными на определение экономического эффекта. Не допускаются к защите проекты, имеющие теоретические, необоснованные предложения.

Список использованных источников (библиографический список) является важной частью курсового проекта и отражает степень изученности рассматриваемой проблемы.

В список использованных источников включают все печатные и электронные издания, использованные обучающимся при написании работы.

В список могут быть включены не только те источники, на которые в работе имеются библиографические ссылки, но и которые студент изучил при исследовании темы работы. Не менее половины источников должны быть изданы в последние 2-3 года. Библиографический список оформляется в следующей последовательности:

- нормативно-правовые акты законодательной и исполнительной власти в хронологической последовательности;
- ведомственные нормативные и инструктивные материалы в хронологической последовательности;
- источники статистических данных в хронологической последовательности;
- основная, дополнительная литература (учебники, учебные пособия), статьи из газет и журналов на русском языке в алфавитном порядке;
- книги и статьи на иностранном языке в алфавитном порядке;
- адреса сайтов и ссылок Internet.

Пример оформления библиографического списка приведен в разделе 3.10.

В приложения выносятся объемная и вспомогательная информация:

- иллюстрации большого формата или объема (более 2-3 стр.);
- формы отчетности предприятия за предшествующий период;
- сметы;
- изображения товаров;
- патенты;
- материалы о рынке;
- деловые рекомендации;
- иллюстрации вспомогательного характера;
- промежуточные математические доказательства, формулы и расчеты;
- таблицы с данными, дополняющими основные результаты;
- ведомости выполненного графического материала.

Допускается в качестве приложения использовать схемы, чертежи, ведомости, спецификации, таблицы, заимствованные из других, самостоятельно выпущенных, документов.

Приложения необходимо располагать и нумеровать в порядке упоминания ссылок в тексте глав и параграфов.

2.4. Примерная тематика курсовых проектов

Тематика курсовых работ ежегодно утверждается на заседании кафедры торгового дела и маркетинга.

Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятии торговли» для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело

1. Бизнес – план инвестиционного проекта торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
2. Бизнес – план оказания услуги торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
3. Бизнес – план как инструмент стратегического управления торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
4. Бизнес-план как инструмент инновационной деятельности торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
5. Бизнес – план создания магазина шаговой доступности.
6. Бизнес – план создания маркетплейса торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг)..
7. Разработка бизнес – плана торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
8. Разработка бизнес – плана диверсификации деятельности торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
9. Бизнес – плана повышения эффективности деятельности торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
10. Бизнес-планирование конкурентоспособности товара (-ов) и (или) услуги (-услуг) торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
11. Бизнес – план заявка на кредит торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
12. Инструменты бенчмаркинга в бизнес-планировании торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
13. PR-кампании и бизнес – планирование торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).

14. Продвижение товаров и услуг в плане маркетинга торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
15. Риски и бизнес планирование торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
16. Прикладные программы в бизнес-планировании торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
17. Стратегия финансирования и финансовый план в бизнес-плане торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
18. Бизнес-план малого предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
19. Бизнес-план предупреждения банкротства предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
20. Планирование цен на товары и услуги предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
21. Планирование маркетинга предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
22. Планирование бизнеса предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
23. Планирование закупочной деятельности предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
24. Планирование рисков предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
25. Бизнес-план ассортимента и продаж товара (-ов) и (или) услуги (-услуг) торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
26. Бизнес-план социального развития торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
27. Бизнес-план совершенствования коммерческой деятельности торгового предприятия (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
28. Бизнес-план: «Открытие продуктового предприятия торговли»
29. Бизнес-план: «Открытие непродовольственного предприятия торговли»
30. Бизнес-план в целях слияния и поглощения предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
31. Бизнес-план в целях разделения предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).
32. Информационные технологии в бизнес-планировании предприятия торговли (предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг).

Курсовые работы по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятии торговли» выполняются на материалах торговых предприятий, предприятий общественного питания или предприятий сферы услуг различных организационно-правовых форм собственности.

Студент, желающий выполнить курсовую работу на тему, не предусмотренную примерной тематикой, должен обосновать свой выбор и получить разрешение у руководителя (по согласованию с заведующим кафедрой). Кроме этого, тема курсовой работы может быть сформулирована на основании заказа предприятия на выполнение научно-практических исследований.

Изменение темы или объекта исследования курсовой работы осуществляется по письменному заявлению студента с указанием обоснованных причин изменений и утвержденных заведующим кафедрой.

3. ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

3.1 Допуск и порядок защиты курсового проекта

Объем курсового проекта в зависимости от темы составляет 50-60 страниц печатного текста (без приложений).

Завершенный курсовой проект представляется студентом на кафедру ТДиМ своему научному руководителю не позднее чем в 10-дневный срок до начала сессии.

Руководитель курсового проекта при предоставлении завершеного проекта пишет отзыв на бланке с указанием основных замечаний и недостатков, которые студент должен исправить.

При соответствии курсового проекта предъявляемым требованиям руководитель подписывает ее и вместе со своим письменным отзывом «допущено к защите».

Курсовой проект, может быть, не допущена руководителем к защите при невыполнении разделов задания, при наличии в работе ошибок и замечаний, при неполном раскрытии темы работы.

Защита курсового проекта носит публичный характер и включает презентацию, доклад студента и его обсуждение.

Подготовка презентации – разработка слайдов, включая вертикальную и горизонтальную логику, содержание и соотношение текстовой и графической информации по результатам разработанного бизнес-плана.

Структура презентации может следовать логике бизнес-модели предлагаемой к реализации бизнес-идеи. Презентация бизнес-плана должна отразить несколько ключевых моментов:

- Название бизнес-плана (проекта);
- Предприятие, организация;
- Продукция, услуги;
- Рынок, клиенты и конкуренты;
- Маркетинговая стратегия;
- Объемы начальных инвестиций (размеры ссуды или долевого участия и цели, на которые эти деньги будут направлены, условия и сроки возвращения кредиторам и инвесторам вложенных средств);
- Эффективность проекта;
- Команда, которая будет воплощать бизнес-план в жизнь.

Доклад должен включать следующие моменты: обоснование актуальности темы, определение цели и задач курсового проекта, освещение результатов, полученных в ходе изучения основных вопросов темы, структуры предлагаемого бизнес-плана. При этом следует сосредоточить особое внимание на положениях и выводах, сформулированных автором самостоятельно. Студенту предоставляется не более 3-5 минут. После выступления студент отвечает на вопросы комиссии.

Защита курсового проекта осуществляется комиссией из двух или трех

преподавателей кафедры. Порядок обсуждения курсового проекта предусматривает ответы студента на вопросы членов комиссии, дискуссию по защите курсового проекта.

Решение об оценке курсового проекта принимается членами комиссии по результатам анализа представленной курсового проекта, доклада студента и его ответов на вопросы. Оценка по результатам курсового проекта предоставляется в зачетную книжку и в ведомость.

3.2 Критерии оценки защиты курсового проекта

Оценка за курсовой проект «Бизнес-планирование на предприятии торговли» выставляется на основании совокупности критериев, указаны ниже в таблице 2.

Таблица 2 - Критерии оценивания курсового проекта

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Уровень сформированности компетенций
«отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – содержание и оформление курсового проекта (работы) соответствует требованиям методических указаний и теме проекта (работы); – курсовой проект (работа) актуален, выполнен самостоятельно, имеет творческий характер, отличается определенной новизной; – в курсовом проекте (работе) дан обстоятельный анализ степени теоретического исследования проблемы, различных подходов к ее решению; – в докладе и ответах на вопросы на защите обучающийся показал знание нормативной базы, учтены последние изменения в законодательстве и нормативных документах по данной проблеме; – проблема раскрыта глубоко и всесторонне, материал изложен логично; – теоретические положения органично сопряжены с практикой; даны представляющие интерес практические рекомендации, вытекающие из анализа проблемы; – в курсовом проекте (работе) широко используются материалы исследования, проведенного обучающимся самостоятельно или в составе группы (в отдельных случаях допускается опора на вторичный анализ имеющихся данных); – в курсовом проекте (работе) проведен количественный анализ проблемы, который подкрепляет теорию и иллюстрирует реальную ситуацию, приведены таблицы сравнений, графики, диаграммы, формулы, показывающие умение обучающегося формализовать результаты исследования; 	продвинутый

	<ul style="list-style-type: none"> – широко представлен список использованных источников по теме проекта (работы); – приложения к работе иллюстрируют достижения обучающегося и подкрепляют его выводы; – по своему содержанию и форме курсовой проект (работа) соответствует всем предъявленным требованиям 	
«хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – содержание и оформление курсового проекта (работы) соответствует требованиям методических указаний; – содержание курсового проекта (работы) в целом соответствует заявленной теме; – курсовой проект (работа) актуален, написан самостоятельно; – в курсовом проекте (работе) дан анализ степени теоретического исследования проблемы; – в докладе и ответах на вопросы основные положения курсового проекта (работы) раскрыты на хорошем или достаточном теоретическом и методологическом уровне; – теоретические положения сопряжены с практикой; – представлены количественные показатели, характеризующие проблемную ситуацию; – практические рекомендации обоснованы; – приложения грамотно составлены и прослеживается связь с положениями курсового проекта (работы); – составлен список использованных источников по теме курсового проекта (работы) 	базовый
«удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> – содержание и оформление курсового проекта (работы) соответствует требованиям методических указаний; – имеет место определенное несоответствие содержания курсового проекта (работы) заявленной теме; – в докладе и ответах на вопросы исследуемая проблема в основном раскрыта, но не отличается новизной, теоретической глубиной и аргументированностью, имеются не точные или не полностью правильные ответы; – нарушена логика изложения материала, задачи раскрыты не полностью; – в курсовом проекте (работе) не полностью использованы необходимые для раскрытия темы научная литература, нормативные документы, а также материалы исследований; – теоретические положения слабо увязаны с управленческой практикой, практические рекомендации носят формальный бездоказательный характер; 	минимальный

«неудов- летвори- тельно»	<ul style="list-style-type: none"> – содержание и оформление курсового проекта (работы) не соответствует требованиям методических указаний; – содержание курсового проекта (работы) не соответствует ее теме; – в докладе и ответах на вопросы даны в основном неверные ответы; – курсовой проект (работа) содержит существенные теоретико-методологические ошибки и поверхностную аргументацию основных положений; – курсовой проект (работа) носит умозрительный и (или) компилятивный характер 	компетенции не сформированы
---------------------------------	--	-----------------------------

5. РЕКОМЕНДУЕМЫЙ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Бизнес-планирование на предприятии торговли»

а) основная литература

1. Бронникова Т.С. Разработка бизнес-плана проекта: Учебное пособие / Т.С. Бронникова. — М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2018. — 224 с.
2. Орлова П.И. Бизнес-планирование. Учебник для бакалавров. — М.: Дашков и К, 2020. — 284 с.
3. Бизнес-планирование: учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 296 с. - ISBN 978-5-9558-0270-1. - Текст: электронный. - URL: <https://libproxy.bik.sfu-kras.ru:2083/catalog/product/1222076> – Режим доступа: по подписке.
4. Романова М. В. Бизнес-планирование: Учебное пособие, Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2012

б) дополнительная литература

1. Абрамс Р. Бизнес-план на 100%. Стратегия и тактика эффективного бизнеса / Р. Абрамс. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 486 с.
2. Алиев В.С. Бизнес-планирование с использованием программы Project Expert (полный курс): Учебное пособие / В.С. Алиев, Д.В. Чистов. — М.: Инфра- М, 2018. — 64 с.
3. Баринов В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. — М.: Форум, 2018. — 144 с.
4. Бейт Н. Как преодолеть экономический спад. План выживания в бизнесе / Н. Бейт. — М.: Олимп-Бизнес, 2017. — 208 с.
5. Бекетова О.Н. Бизнес-планирование. — М.: Т8, 2020. — 160 с.
6. Бизнес-планирование. 4-е изд., перераб. и доп. Учебное пособие. Гриф МО РФ. Гриф УМЦ «Профессиональный учебник». / Под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. — М.: ЮНИТИ, 2017. — 591 с.
7. Борисова О.В. Бизнес-планирование деятельности предприятий торговли: Учебное пособие / О.В. Борисова. — М.: Академия, 2016. — 320 с.
8. Буров В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учебное пособие / В.П. Буров, А.Л. Ломакин, В.А. Морошкин. — М.: Инфра-М, 2019. — 352 с.
9. Бэнгз Д. Г. Руководство по составлению бизнес-плана. Серия «Маркетинг и менеджмент за рубежом» / Д. Г. Бэнгз; пер. с англ. – М.: Финпресс, 2016.
10. Виноградова М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: Учебное пособие / М.В. Виноградова. — М.: Дашков и К, 2017. — 280 с.
11. Виноградова М. В., Панина З. И., Ларионова А. А., Васильева Л. А. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: Учебное пособие, Москва: Издательско- торговая корпорация "Дашков и К", 2012

12. Волков А.С. Бизнес-планирование: Учебное пособие / А.С. Волков. — М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2018. — 81 с.
13. Воловикова Б.П. Стратегическое бизнес-планирование на промышленном предприятии с применением динамических моделей и сценарного анализа: Монография / Б.П. Воловикова. — М.: Инфра-М, 2017. — 320 с.
14. Гарнов А.П. Экономика предприятия: современное бизнес-планирование: учеб. Пособие / А.П. Гарнов. — М.: ДиС, 2018. — 272 с.
15. Гладкий А.А. Бизнес-план: Делаем сами на компьютере / А.А. Гладкий. — М.: Рид Групп, 2017. — 240 с.
16. Горбунов В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. — М.: Риор, 2019. — 176 с.
17. Горемыкин В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана / В.А. Горемыкин. — М.: Ось-89, 2018. — 592 с.
18. Джакубова Т.Н. Бизнес-план: расчеты по шагам / Т.Н. Джакубова. — М.: Финансы и статистика, 2017. — 96 с.
19. Дубровин И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. — М.: Дашков и К, 2017. — 432 с.
20. Еремеева Н.В. Планирование и анализ бизнес-процессов на основе построения моделей управления конкурентоспособности продукции / Н.В. Еремеева. — М.: Русайнс, 2018. — 16 с.
21. Жариков В.Д. Основы бизнес-планирования в организации (для бакалавров) / В.Д. Жариков, В.В. Жариков, В.В. Безпалов. — М.: КноРус, 2017. — 62 с.
22. Жуков В.В. Бизнес-планирование в электроэнергетике / В.В. Жуков. — М.: МЭИ, 2018. — 568 с.
23. Золотухин О.И. Бизнес-планирование: учебное пособие / О.И. Золотухин. — СПб.: ГУАП, 2018. — 84 с.
24. Куницына Н.Н. Бизнес-планирование в коммерческом банке: Учебное пособие / Н.Н. Куницына. — М.: Магистр, 2018. — 383 с.
25. Купцова Е. В. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2020. — 436 с.
26. Лопарева А. М. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2020. — 274 с.
27. Лосев В. Как составить бизнес-план. Как составить бизнес-план: Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей: Пер. с англ. / В. Лосев. — М.: Вильямс, 2018. — 208 с.
28. Любанова Т.П. Сборник бизнес-планов. Методика и примеры: предпринимательская деятельность, экономическое обоснование инженерных решений в курсовом, дипломном проектировании, диссертационных работах: Учебное и научно-практическое пособие / Т.П. Любанова. — М.: ИКЦ МарТ, МарТ, 2017. — 408 с.
29. Морощкин В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морощкин, В.П. Буров. — М.: Инфра-М, 2018. — 176 с.
30. Немети Л. Стратегии выхода из бизнеса: планирование выхода, опционы, увеличение стоимости бизнеса, управление сделками для

- владельцев бизнеса / Л. Немети. — М.: Инфотропик Медиа, 2018. — 272 с.
31. Орлова Е.Р. Бизнес-план: Методика составления и анализ типовых ошибок / Е.Р. Орлова. — М.: Омега-Л, 2017. — 168 с.
 32. Орлова П.И. Бизнес-планирование. Учебник для бакалавров. — М.: Дашков и К, 2020. — 284 с.
 33. Петров К.Н. Бизнес-план на одной странице / К.Н. Петров. — М.: Диалектика, 2019. — 144 с.
 34. Петров К.Н. Как разработать бизнес-план. 69 готовых бизнес-планов. / К.Н. Петров. — М.: Вильямс И.Д., 2018. — 320 с.
 35. Петухова С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: Практическое пособие / С.В. Петухова. — М.: Омега-Л, 2017. — 171 с.
 36. Петрученя, И. В. Бизнес-планирование: монография / Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2021. - 196 с. - ISBN 978-5-7638-4392-7 : Б. ц.
 37. Питерсон С.Д. Как разработать бизнес-план / С.Д. Питерсон. — М.: Диалектика, 2018. — 320 с.
 38. Розин М. Стратегия чистого листа: Как перестать планировать и начать делать бизнес / М. Розин. — М.: Альпина Паблишер, 2015. — 346 с.
 39. Романова М.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие /М.В.Романова. — М.: Форум, 2018. — 288 с.
 40. Сатаев А.М. Азбука бизнес-планирования. Учебное пособие / А.М. Сатаев. — М.: Юриспруденция, 2017. — 128 с.
 41. Сергеев А. А. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2020. — 484 с.
 42. Станиславчик Е.Н. Бизнес-план: Управление инвестиционными проектами / Е.Н. Станиславчик. — М.: Ось-89, 2018. — 128 с.
 43. Стрекалова Н.Д. Бизнес-планирование: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Н.Д. Стрекалова. — СПб.: Питер, 2017. — 352 с.
 44. Чараева М.В. Инвестиционное бизнес-планирование: Уч.пособие / М.В. Чараева, Г.М. Лапицкая, Н.В. Крашениникова. — М.: Альфа-М, 2017. — 192 с.
 45. Шаркова А.В., Харитоновна Т.В. Бизнес-планирование в туризме. Учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 "Туризм". 3-е изд. — М.: Дашков и К, 2020. — 310 с.
 46. Юхин Г.П. Бизнес-планирование в выпускных квалификационных работах. Учебное пособие. — М.: Лань, 2020. — 288 с.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Для освоения дисциплины "Бизнес-планирование на предприятии торговли" студенты должны пользоваться следующими ресурсами информационно - телекоммуникационной системы "Интернет":

- Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
- Официальный сайт Центрального Банка РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru>
- Официальный сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>
- Министерство финансов РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minfin.ru/>
- ИАС «Статистика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ias-stat.ru/>
- Информационная экономика, бизнес, общество [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.infeconomy.ru>
- Сервер информационной поддержки интернет-предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oborot.ru>
- Портал финансовых интернет-технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://internetfinance.ru>
- Поисковая система Google [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.google.ru/>
- Поисковая система Яндекс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.yandex.ru/>
- Поисковая система Mail [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mail.ru/>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса:

а) Перечень необходимого программного обеспечения

Операционные системы: Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицесертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный

Офисный пакет: Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level

б) Перечень необходимых информационных справочных систем

При изучении дисциплины «Бизнес-планирование на предприятии торговли» студентам необходимы, такие справочные информационные системы как:

1. Научная библиотека СФУ. - Режим доступа: <http://bik.sfu-kras.ru>
2. Научная электронная библиотека. - Режим доступа: <http://eLIBRARY.ru>
3. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М". - Режим доступа: <http://www.znaniium.com>
4. Справочно-правовая система "Консультант плюс". - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
5. Справочно-правовая система "ГАРАНТ". - Режим доступа: <http://www.garant.ru>

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Заведующему кафедрой Торгового
дела и маркетинга

(Ф.И.О., должность зав.кафедрой)

Студента гр. _____

Направления подготовки

(шифр, название направления)

профиль подготовки

(шифр, название профиля
подготовки)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить мне тему *курсового проекта* по дисциплине «**Бизнес-планирование на предприятии торговли**»

(название темы курсового проекта)

Руководителем курсового проекта назначить:

(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание, должность, место работы),

Бакалавр _____ / _____
(подпись) (Ф.И.О. полностью)

Зав.кафедрой _____ / _____ (подпись)
(Ф.И.О. полностью)

Дата

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Форма титульного листа курсового проекта

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

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

по дисциплине Бизнес-планирование на предприятии торговли

тема работы

Руководитель _____
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Студент _____
номер группы номер зачетной книжки подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 20__

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Пример оформления содержания курсового проекта СОДЕРЖАНИЕ

	Введение	4
1.	Теоретические и методические аспекты бизнес-планирования финансового оздоровления предприятия	6
1.1.	Финансовое оздоровление предприятия: понятие, причины возникновения и проблемы управления	6
1.2.	Современные подходы разработки бизнес-плана финансового оздоровления предприятия	9
2.	Разработка бизнес-плана финансового оздоровления торгового предприятия «Аспект»	17
2.1.	Краткое описание (резюме)	17
2.2.	Общая характеристика предприятия и отрасли.	19
2.3.	Характеристика товаров, услуг (продукции).	23
2.4.	Исследование и анализ рынка сбыта	28
2.5.	План маркетинга	33
2.6.	Организационный план	39
2.7.	Производственный план (Торговый план)	42
2.8.	Финансовый план	49
2.9.	Оценка эффективности проекта и анализ рисков	55
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ	60
	БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	62
	ПРИЛОЖЕНИЯ	65

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Пример оформления списка использованных источников

Нормативные законодательные акты

Конституция РФ. Гос. флаг РФ. Гос. Герб РФ. Гос. Гимн РФ. - М.: АСТ, Астрель, 2017. - 63 с.

Трудовой кодекс Российской Федерации: федер. закон от 30.12.2001. № 197-ФЗ. - Москва: Кнорус, 2014. - 242 с.

Стандарты и другие нормативные документы

ГОСТ Р 51303-99. Торговля. Термины и определения. - Введ. 11.08.99. М.: Госстандарт России, 1999. - 16 с.

ГОСТ Р 51773-2001. Розничная торговля. Классификация предприятий. Введ. 01.01.02. - М.: Госстандарт России, 2001. - 16 с.

ГОСТ Р 51773-2009. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. - Введ. 01.01.2011. - М.: Стандартиформ, 2010. - 14 с.

СНиП П-К.2-62. Планировка и застройка населенных мест. Нормы проектирования [Электронный ресурс]. - Взамен СНиП П-В.1 и СН 41-58; введ. 01.01.67. - Режим доступа: <http://www.vashdom.ru>.

СНиП П-60-75. Планировка и застройка городов, поселков и сельских населенных пунктов [Электронный ресурс]. - Взамен СНиП П-К.2-62; введ. 11.09.75. - Режим доступа: <http://www.vashdom.ru>

СНиП 2.07.01-89. Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений [Электронный ресурс]. - Взамен СНиП П-60-75; введ. 01.01.90. - Режим доступа: <http://www.vashdom.ru>.

Книги одного автора

Джакубова Т.Н. Бизнес-план: расчеты по шагам / Т.Н. Джакубова. — М.: Финансы и статистика, 2017. — 96 с.

Любанова Т.П. Сборник бизнес-планов. Методика и примеры: предпринимательская деятельность, экономическое обоснование инженерных решений в курсовом, дипломном проектировании, диссертационных работах: Учебное и научно-практическое пособие / Т.П. Любанова. — М.: ИКЦ МарТ, МарТ, 2017. — 408 с.

Книги двух авторов

Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы услуг: учебное пособие для вузов по специальности "Сервис" / М. В. Виноградова, З. И. Панина. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2008. - 464 с.

Морошкин В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — М.: Инфра-М, 2018. — 176 с.

Уоллас Т. Планирование продаж и операций: практическое руководство: [перевод с английского] / Т. Уоллас, Р. Сталь. - 3-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2010. - 270 с.

Книги трех авторов

Жариков В.Д. Основы бизнес-планирования в организации (для бакалавров) / В.Д. Жариков, В.В. Жариков, В.В. Безпалов. — М.: КноРус, 2017. — 62 с.

Бизнес-планирование: учебник для студентов вузов по экономическим специальностям: рекомендован Министерством образования РФ / под ред.: В. М. Попов, С. И. Ляпунов, С. Г. Млодик. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Москва : Финансы и статистика, 2009. - 815 с.

Книги четырех и более авторов

Бизнес-планирование. 4-е изд., перераб. и доп. Учебное пособие. Гриф МО РФ. Гриф УМЦ «Профессиональный учебник». / Под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. — М.: ЮНИТИ, 2017. — 591 с.

Планирование на предприятии: учеб. пос. для вузов /под ред. Ю. П. Морозов. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 256 с.

Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учебное пособие / Т. Н. Бабич [и др.]. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с.

Книги под заглавием

Современные трансформационные экономические и социально-политические процессы: тезисы докладов III Международной научно-практической конференции (Абакан, 23-25 ноября 2011 г.) / Сиб. федер. ун-т, Хакас. техн. ин-т. - Абакан : Хакасский технический институт - филиал СФУ, 2011. - 271 с.

Диссертации

Круглов Д.А. Развитие систем управления промышленными предприятиями на основе инструментария контроллинга: теоретические и методологические аспекты дис. ... доктора экон. наук : 08.00.05 / Д.А. Круглов. - СПб., 2013. - 392 с.

Чекалина М. А. Инструментарий реализации стратегического планирования на предприятии (на примере машиностроительных предприятий Оренбургской области): [Текст] : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / М. А.Чекалина. - Оренбург: Б. и., 2010. - 170 с

Авторефераты диссертаций

Степанова М.В. Методология стратегического планирования регионального развития (на примере Свердловской области) [Текст]: автореферат диссертации ... кандидата экономических наук / М. В. Степанова; Уральский экономический университет. - Екатеринбург: Б. и., 2004. - 23 с.

Межов И.С. Планирование операционно-инновационной деятельности промышленного предприятия [Текст] : автореферат дис. ... д-ра экон. наук / С. И. Межов ; Рос. акад. наук, Сиб. отд-ние, Ин-т экономики и организации промышл. пр-ва. - Новосибирск, 2014. - 40 с

Депонированные научные работы

Разумовский, В. А. Управление маркетинговыми исследованиями в регионе / В. А. Разумовский, Д. А. Андреев. - Москва, 2002. - 210 с. - Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 15.02.02, № 139876.

Отчеты о научно-исследовательской работе

Оценка эффективности автоматизированных информационно-поисковых систем научно-технической информации на стадии проектирования. Разработка методов оценки эффективности автоматизированных информационно-поисковых систем научно-технической информации на стадии проектирования: Отчет о НИР (промежуточ.) / ВНИЦентр: Руководитель И. И. Иванов. — ОЦО2604И5В; № ГР 01821100006; Инв. № Б452743. — М., 1982.

Электронные ресурсы

локального доступа

Бизнес-план на компьютере: быстро и просто [Текст] : [учеб. пособие] / И. В. Клоков. - СПб. : Питер, 2008. - 169 с. : ил. + 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

Планирование бизнеса и внутрифирменное управление [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Менеджмент» и «Производственный менеджмент» / Е. А. Степочкина. - Электрон. текстовые дан. (1,31 Мб). - Москва : Директ-Медиа, 2014. - 208 с.

удаленного доступа

Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: принята всенародным голосованием 12.12.1993г.; с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ.// Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ ред. от 22.10.2014. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

О стратегическом планировании в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 28.06.2014 N 172-ФЗ ред. от 25.06.2012 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Комитет экономического развития, промышленной политики и торговли [Электронный ресурс] - Режим доступа : <http://www.cedipt.spb.ru>.

Показатели муниципальных образований [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.gks.ru>.

Степанова Е.А. Инновационная стратегия: потенциал, ограничения, предпосылки успешности // Донецкий национальный технический университет. URL:<http://www.masters>.

Статья из журнала

Мамонов В.И. Стратегическое планирование деятельности компании и роль маркетинговых исследований / В.И. Мамонов, Е.В. Мамонова // Менеджмент в России и за рубежом: Все о теории и практике управления. - 2003. - №2. - С. 13-20 .

Сухарев О. Методология стратегического планирования: общие вопросы / О. Сухарев // Инвестиции в России. - 2012. - № 3. - С. 17-25.

Статья из сериального издания

Магданов П.В. Процесс стратегического планирования в корпорации / П. В. Магданов // Вестник Пермского университета. Сер.: Экономика. - 2012. - Вып. 1 (12). - С. 43-49.

Статья из книги

Сарычев В.Г. Основные закономерности роста социально - экономической эффективности торговли / В.Г. Сарычев // Закономерности повышения эффективности торговли: сб. научных трудов (межвузовский) / Ленинградский Ордена Трудового Красного Знамени институт советской торговли им. Ф. Энгельса, Ленинград, 1983.- С.3-14

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Примерные формы таблиц по разделам бизнес-плана предприятия (глава 2 курсового проекта)

Раздел 2.2. Общая характеристика предприятия и отрасли.

Таблица 1 – Общая характеристика торгового предприятия

Характеристика предприятия	Данные по предприятию
Наименование предприятия	
Организационно-правовая форма	
Дата регистрации	
Юридический адрес	
Фактический адрес	
ОГРН/ОГРНИП	
ИНН	
ОКПО	
ОКАТО	
ОКВЭД	
Основные поставщики	
Основные конкуренты	
Основные покупатели (потребители услуг)	
Площадь	
Форма обслуживания	
Режим работы	
Система налогообложения	
Стадия жизненного цикла	
Средний возраст персонала	

Таблица 2 - Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия за 2 последних года

Наименование показателей	Ед. изм.	Прошлый год	Отчетный год	Отклонение	Темп роста, %
Оборот розничной торговли	тыс. руб.				
Торговая площадь	м ²				
Оборот розничной торговли на 1 кв.м. торговой площади	тыс.руб/м ²				
Численность работников, всего	чел				
В т.ч. работников ТОП	чел				
Производительность труда одного работника	тыс.руб/чел				
Производительность труда одного работника ТОП	тыс.руб/чел				
Фонд заработной платы					
сумма	тыс.руб				
уровень	%				
Среднемесячная заработная плата одного работника	тыс.руб				
Средняя стоимость основных фондов	тыс.руб				
Фондоотдача	тыс.руб/1 руб				
Фондовооруженность труда одного работника	тыс.руб/чел				
Коэффициент эффективности использования основных фондов	тыс.руб/1 руб				
Среднегодовая стоимость оборотных средств	тыс.руб				
Время обращения оборотных средств	дни				
Скорость обращения оборотных средств	обороты				
Коэффициент рентабельности оборотных средств	руб./1 руб. ОС				
Себестоимость проданных товаров	тыс.руб.				
Валовая прибыль					
сумма	тыс. руб.				
уровень	%				
Издержки обращения					
сумма	тыс. руб.				
уровень	%				
Прибыль от продаж					
сумма	тыс. руб.				
рентабельность продаж	%				

Окончание таблицы 2

Наименование показателей	Ед. изм.	Прошлый год	Отчетный год	Отклонение	Темп роста, %
Проценты к получению	тыс. руб.				
Проценты к уплате	тыс. руб.				
Прочие доходы	тыс. руб.				
Прочие расходы	тыс. руб.				
Прибыль до налогообложения					
сумма	тыс.руб				
рентабельность предприятия	%				
Текущие налоговые платежи	тыс.руб.				
Чистая прибыль	тыс. руб.				
Рентабельность конечной деятельности	%				

Таблица 3 - SWOT-анализ оценки конкурентоспособности бизнес-плана

Сильные стороны	Слабые стороны
Возможности	Угрозы

Раздел 2.3. Характеристика товаров, услуг (продукции)

Таблица 4 - Характеристика товар (услугу) _____

Наименование услуги	Назначение товара	Упаковка	Дизайн	Свойства	Степень защиты	Обоснование цены
<i>Базовые товары (основные услуги)</i>						
Товар 1						
Товар 2						
Товар n						
<i>Товары-комплименты (дополнительные услуги)</i>						
Товар 1						
Товар 2						
Товар n						

Таблица 9 – Эффективность рекламной компании

Показатель	Величина	Значимость
Суммарный охват, чел.		
Переход на страницу, чел.		
Подписка на страницу, чел.		
Потрачено, руб.		
Потрачено на 1 потенциального потребителя, руб.		
Средняя цена услуги, руб.		
Расчет эффективности потенциальных потребителей, руб.		

2.6. Организационный план

Таблица 10 - Обязанности и функции сотрудников предприятия

Наименование должности	Численность, чел.	Обязанности, функции
Директор		

Таблица 11 – Обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами

Категория работников	Отчет	План	Отклонение

Таблица 12 – Формы и системы оплаты труда, применяемые на предприятии

Категории работающих	Формы и системы оплаты труда
Административно-управленческий персонал	
Обслуживающий (торгово-оперативный) персонал	
Вспомогательный персонал	

Таблица 13 – Расходы на заработную плату работников предприятия

Должность	Количество штатных ед.	Должностной оклад, руб.	Надбавки, руб.			Итого за месяц, руб.	Итого за год, руб.
			северная надбавка	районный коэффициент	другие		
Итого							

Таблица 14 – Показатели по труду и заработной платы персонала предприятия

Наименование показателя	Отчетный год	План	Абсолютное изменение, +/-	Темп роста (снижения), %
Выручка от реализации, тыс. руб.				
Численность работников, чел.				
в том числе основных работников, чел.				
Производительность труда, всего, тыс. руб./чел.				
в том числе на 1 основного работника, тыс. руб./чел.				
Фонд заработной платы, тыс. руб.				
Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб./чел.				
Коэффициент опережения производительности труда над заработной платой по предприятию				

2.7. Производственный план (Торговый план)

Таблица 15 - Мероприятия по совершенствованию технологии производства

Технологический процесс	Наименование мероприятия по совершенствованию технологии	Затраты времени, мин.		Снижение трудоёмкости, мин.		Повышение производительности труда, %
		отчёт	проект			
Операция 1						
Операция 2						
Операция n						

Таблица 16 – Состав основного оборудования

№	Наименование	Поставщик	Страна-производитель	Срок полезного использования, лет	Цена, руб.	Количество, шт.	Общая стоимость, руб.
1.							
2.							
3.							
4.							
...							
Итого							

Таблица 17 - Условия использования оборудования других компаний (при наличии)

Наименование	Организация	Условия	Стоимость установки оборудования, руб.
Итого			

Таблица 18 – Состав и структура основных фондов предприятия

Группа основных фондов	Отчет		План		Изменение		Темп изменения, %
	сумма, тыс.руб.	уд.вес, %	сумма, тыс.руб.	уд.вес, %	сумма, тыс.руб.	уд.вес, %	

Таблица 19 – Показатели эффективности основных фондов предприятия

Показатели	Ед.изм.	Отчет	План	Изменение

Таблица 20 – Плановая себестоимость продаж, поставщики и цены

Наименование	Поставщик	Цена, руб.
Товар 1		
Товар 2		
Товар n		
Итого		

Таблица 21- Расчет стоимости запасов на введение проекта

Наименование	Количество, шт	Цена, руб	Итого, руб
Итого:			

Таблица 22 – Расходные материалы, поставщики и цены.

Наименование	Поставщик	Цена, руб.
Итого		

2.8. Финансовый план

Таблица 23 – Прогнозируемый товарооборот (доход) от продажи товаров (оказания услуг) в месяц

Товар /Услуга	Количество	Цена закупа, руб.	Уровень торговой надбавки, %	Цена продаж, руб.	Товарооборот, руб.	Валовая прибыль (доход)	
						сумма, тыс.руб	уровень, % к обороту
Итого:							

Таблица 24 – Плановая стоимость остатков товарных запасов,

Наименование	Оборачиваемость, дни	Среднедневной оборот по покупным ценам, тыс.руб.	Стоимость остатков товарных запасов, тыс.руб.
Товар 1			
Товар 2			
Товар n			
Итого			

Таблица 25 – Плановые издержки обращения (продажи)

Статьи издержек обращения	Отчет			План			Изменение по			Темп изменения, %
	сумма, тыс.руб.	уд.вес, %	уровень, % к обороту	сумма, тыс.руб.	уд.вес, %	уровень, % к обороту	сумме, тыс.руб.	уд.весу, %	уровню, % к обороту	
Условно-переменные										
Условно-постоянные										
Итого										

Таблица 26 – Плановые налоговые платежи бизнес-проекта

№ п/п	Наименование налога	Ставка	Налогооблагаемая база, тыс.руб.	Сумма налога, тыс.руб.
1.	НДС			
2.	НДФЛ			
3.	Налог на прибыль			
4.	Налог на имущество			
5.	Другие (перечислить)			

Таблица 27 – Расходы для запуска проекта

Статья расходов	Сумма, руб.
Стоимость работ	
Стоимость оборудования	
Стоимость расходных материалов	
Стоимость инструментов персонала	
Регистрация бизнеса, получение разрешений	
Стоимость запуска рекламы	
Итого:	

Таблица 28 – План расходов проекта

Статья затрат	1ый год (в месяц), руб.	1ый год (за год), руб.	Со 2-го года (в месяц), руб.	Со 2-го года (за год), руб.
Себестоимость продаж				
Аренда				
Заработная плата				
Отчисления				
Материалы				
Реклама				
Налоги				
Итого				

Таблица 29 – План прибыли и убытков по проекту,

Статья затрат	Ед.изм.	1ый год (пессимис- тичный сценарий)	1ый год (вероятн- ый сценарий)	2ой год (вероятны й сценарий)	3ий год (вероятны й сценарий)
Выручка	тыс. руб.				
Себестоимость продаж	тыс. руб.				
Валовая прибыль	тыс. руб.				
Уровень валовой прибыли	% к обороту				
Издержки обращения	тыс. руб.				
В т.ч.					
- переменные расходы	тыс. руб.				
- постоянные расходы	тыс. руб.				
Уровень издержек обращения,	% к обороту				
Точка безубыточности	тыс. руб.				
Прибыль от продаж	тыс. руб.				
Рентабельность продаж	% к обороту				
Прочие доходы	тыс. руб.				
Прочие расходы	тыс. руб.				
Прибыль до налогообложения	тыс. руб.				
Налоги	тыс. руб.				
Чистая прибыль	тыс. руб.				
Рентабельность проекта	% к обороту				

Таблица 30 – План денежных потоков и оттоков, тыс. руб.

Показатель денежных потоков	Сумма, тыс. руб.			Темп роста, %	Структура, %		
	год	год	Отклонение (+-)		год	год	Отклонение (+-)
Денежные потоки от текущих операций							
<i>Поступления — всего</i>							
Средства, полученные от покупателей от продажи продукции, товаров, работ и услуг							
арендных платежей, лицензионных платежей, роялти, комиссионных и иных аналогичных платежей							
Прочие поступления от текущих операций							
Денежные потоки от инвестиционных операций							
<i>Поступления — всего</i>							
Денежные потоки от финансовых операций							
<i>Поступления — всего</i>							
ВСЕГО ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ							
Показатель денежных платежей (оттоков)	Сумма, тыс. руб.			Темп роста, %	Структура, %		
	год	год	Отклонение (+-)		год	год	Отклонение (+-)
Денежные платежи от текущих операций							
Денежные платежи от инвестиционных операций							
Денежные платежи от финансовых операций							
<i>Платежи — всего</i>							
ВСЕГО ДЕНЕЖНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ							

Таблица 31 – Источники финансирования проекта, тыс. рублей

№ п/п	Наименование источников	Средства на начало реализации проекта	Доля, %
	СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА		
1	Выручка от реализации акций (взнос в уставной капитал в денежной форме)		
2	Нераспределенная прибыль (фонд накопления)		
3	Неиспользованная амортизация основных средств		
4	Амортизация нематериальных активов		
5	Результат от продажи основных средств		
6	Собственные средства, всего		
	ЗАЕМНЫЕ И ПРИВЛЕЧЕННЫЕ СРЕДСТВА		
7	Кредиты банков (по всем видам кредитов)		
8	Заемные средства других организаций		
9	Долевое участие в строительстве		
10	Прочие		
11	Заемные и привлеченные средства, всего		
12	Предполагаемая государственная поддержка проекта		
13	Итого		

2.9. Оценка эффективности проекта и анализ рисков

Таблица 32 – Показатели эффективности при сценарии

Показатель	0 год	1 год	2 год	3 год
Чистый денежный поток, руб.				
Годовая ставка дисконтирования				
Коэффициент дисконтирования				
Дисконтированный денежный поток				
Чистый дисконтированный доход - NPV, руб.				
Внутренняя норма доходности - IRR, %				
Индекс рентабельности - PI				
Чистый денежный поток, руб.				
Годовая ставка дисконтирования				
Коэффициент дисконтирования				
Дисконтированный денежный поток				
Чистый дисконтированный доход - NPV, руб.				
Внутренняя норма доходности - IRR, %				
Индекс рентабельности - PI				

Таблица 33 – Риски проекта и направления их решения

Риск	Вероятность наступления	Влияние на прибыль	Решение
Финансовые:			
Коммерческие:			
Производственные:			
Специфические			

Таблица 34 – Карта рисков бизнес-проекта

Вероятность наступления риска	Уровень последствий (ущерба) риска				
	<i>Пояснения рисков</i>				