

**Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Саратовской области
«Саратовский техникум отраслевых технологий»**

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по общепрофессиональной дисциплине
«ОП.09 Бизнес-планирование»

(38.02.08 Торговое дело)

Саратов 2024

Комплект контрольно-оценочных средств разработан на основе Федерального образовательного стандарта среднего профессионального образования по профессии/специальности СПО 38.02.08 Торговое дело программы учебной дисциплины «ОП.09 Бизнес-планирование»

Составитель/разработчик (составители): Горбачева Елена Вячеславовна, преподаватель
ГАПОУ СО «Саратовский техникум отраслевых технологий»

Содержание

1.	Паспорт комплекта фонда оценочных средств	4
2.	Критерии оценивания успеваемости	17
2.1.	Критерии оценивания теоретических знаний	17
2.2	Критерии оценивания практических знаний	21
3.	Комплекты оценочных средств	22
3.1.	Комплекты оценочных средств для текущего контроля	22
3.2	Комплекты оценочных средств для промежуточного контроля	34

1. ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Программой общеобразовательной дисциплины «ОП.09 Бизнес-планирование» предусмотрено проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Фонды оценочных средств нацелены на оценку достижений, общих и профессиональных компетенций, дисциплинарных результатов.

Результаты освоения программы общепрофессионального цикла учебной дисциплины, подлежащей проверке

Код ОК и ПК	Дисциплинарные результаты			Тип оценочных мероприятий
	Умения	Знания	Навыки	
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу или проблему в профессиональном или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;		<ul style="list-style-type: none"> – защита реферата; – фронтальный опрос; – решение ситуационных задач; – тестирование; – составление таблиц; - дифференцированный зачет проводится в форме контрольных вопросов и задач
	определять этапы решения задачи;	алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;		
	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;	методы работы в профессиональной и смежных сферах;		
	составлять план действия;	структуру плана для решения задач;		
	определять необходимые ресурсы;	порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности		
	владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;			
	реализовывать составленный план;			
	оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)			
ОК 02 Использовать современные средства	определять задачи для поиска информации;			

<p>поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<p>определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;</p> <p>выделять наиболее значимое в перечне информации;</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;</p> <p>использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	<p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p>		
<p>ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой</p>	<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию;</p>	<p>содержание актуальной нормативно-правовой документации;</p>		

грамотности в различных жизненных ситуациях				
	определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;	современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования;		
	определять источники финансирования	основы финансовой грамотности; порядок выстраивания презентации;		
		кредитные банковские продукты		
	Умения	Знания	Навыки	
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и	пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;	методов и инструментов работы с базами данных внутренних и внешних рынков;	поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;	– защита реферата; – фронтальный опрос; – решение ситуационных задач; – тестирование; – составление таблиц;

информационных технологий	проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;	требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;	проведение анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;	- дифференцированный зачет проводится в форме контрольных вопросов и задач
	обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;	стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции.	обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);	
	анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;		составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;	

	создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;		подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;	
	составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;		проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;	
	обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;		подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках.	
	обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных			

	отчетов и аналитических материалов.			
ПК 1.6. Организовывать выполнение торговых-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;	видов торговых структур;	выполнения торговых-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;	
	осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;	форм и видов торговли, составных элементов торговой деятельности: материально-технической базы торговли; инфраструктуры потребительского рынка;	организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без	

			применения контрольно-кассовой техники;	
	проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;	средств, методов, инноваций в отрасли;	приемки товаров по количеству и качеству;	
	осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей);	организации торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;	соблюдения правил охраны труда.	
ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;	использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;	требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;		
	применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;	основных и дополнительных услуг оптовой и розничной; целей, задач, принципов, объектов, субъектов внутренней и внешней торговли;		
	применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;	требований законодательства Российской Федерации нормативных правовых актов, регулирующих торговую деятельность;		
	управления полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF;	правил торговли;		

	оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;	количественных и качественных показателей оценки эффективности торговой деятельности.		
	применять электронный документооборот;			
	осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций;			
	применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты;			
	оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;			
	осуществлять цифровые платежи, облачные			

	вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;			
	пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.			
ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж	разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;	специализированных программных продуктов.	анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;	
	собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;			
	планировать работу по выполнению плана продаж;			
	анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;			
	анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;			
	анализировать возможности увеличения объемов продаж;			

	планировать и контролировать поступление денежных средств;			
	обеспечивать наличие демонстрационной продукции;			
	применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;			
	планировать рабочее время для выполнения плана продаж;			
	планировать объемы собственных продаж;			
ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;	методики позиционирования продукции организации на рынке;	разработки программ по повышению лояльности клиентов;	
	разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;	методов сегментирования рынка;	разработки мероприятий по стимулированию продаж;	
	разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;	методов анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции.	информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;	

	анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;		участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;	
	анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;		стимулирования клиентов на заключение сделки;	
	анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;			
	вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;			
	вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов.			
ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в	анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;	инструкций по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов.	контроля состояния товарных запасов	

том числе с применением программных продуктов	обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;			
	анализировать оборачиваемость складских остатков.			
ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;	основ организации послепродажного обслуживания.	информационно-справочного консультирования клиентов;	
	инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;		контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;	
	инициативно вести диалог с клиентом;		обеспечения соблюдения стандартов организации.	
	резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;			
	определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;			
	разрабатывать рекомендации для клиента;			

	собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;			
	анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;			
	проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;			
	вести деловую переписку с клиентами и партнерами;			
	использовать программные продукты.			

2. Критерии оценивания успеваемости обучающихся.

2.1. Критерии оценивания теоретических знаний

С целью проверки теоретических знаний по ОП.09 Бизнес-планирование могут использоваться методы устного и письменного контроля в следующих формах:

- выполнение творческих заданий (подготовка сообщений, доклада, реферата);
- создание мультимедийных презентаций;
- ответы на контрольные вопросы;
- тестирование;
- составление словаря терминов либо кроссворда.

Требования к устным ответам

Результатом проверки уровня усвоения учебного материала является отметка. При оценке знаний обучающихся предполагается обращать внимание на правильность, осознанность, логичность и доказательность в изложении материала, точность использования терминологии, самостоятельность ответа. Оценка знаний предполагает учёт индивидуальных особенностей обучающихся, дифференцированный подход к организации работы.

Критерии оценки устного ответа:

Оценка	Условия, при которых выставляется оценка
Оценка 5 («отлично»)	полно раскрыл содержание материала в объеме, предусмотренном программой и учебником; изложил материал грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя математическую терминологию и символику; правильно выполнил рисунки, чертежи, графики, сопутствующие ответу; показал умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации при выполнении практического задания; продемонстрировал усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость использованных при ответе умений и навыков; отвечал самостоятельно без наводящих вопросов учителя. Возможны одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, которые обучающийся легко исправил по замечанию учителя.
Оценка 4 («хорошо»)	в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие математического содержания ответа, исправленные по замечанию учителя. допущены ошибки или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов или в

	выкладках, которые обучающийся легко исправил по замечанию учителя.
Оценка 3 («удовлетворительно»)	неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения программного материала. имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий и, использовании математической терминологии, чертежах, выкладках, исправленные после нескольких наводящих вопросов учителя; обучающийся не справился с применением теории в новой ситуации при выполнении практического задания, но выполнил задания обязательного уровня сложности по данной теме; при знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность умений и навыков.
Оценка 2 («неудовлетворительно»)	не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание учеником большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании математической терминологии, в рисунках, чертежах или графиках, в выкладках, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов учителя. обучающийся обнаружил полное незнание и непонимание изучаемого материала или не смог ответить ни на один из поставленных вопросов по изучаемому материалу.

Требования к оформлению доклада

Доклад предоставляется в распечатанном виде, объемом 3-5 страниц. Текст доклада должен быть представлен в текстовом редакторе Word, шрифт – Times New Roman 14, межстрочный интервал – 1.5 (полуторный). Поля: верхнее - 2, нижнее - 2, левое- 3, правое - 1,5.

Доклад должен включать в себя: введение, основную часть, заключение, список литературы (не менее 5 источников).

Критерии оценки доклада:

Оценка	Условия, при которых выставляется оценка
Оценка 5 («отлично»)	материал изложен в определенной логической последовательности. Тема доклада раскрыта полностью.

Оценка 4 («хорошо»)	тема раскрыта, но при этом допущены не существенные ошибки, исправленные по требованию преподавателя.
Оценка 3 («удовлетворительно»)	тема раскрыта не полностью, допущена существенная ошибка.
Оценка 2 («неудовлетворительно»)	содержании доклада не раскрывает рассматриваемую тему, обнаружено не понимание основного содержания учебного материала

Доклад может быть представлен как доклад-презентация. Необходимо представить 5-7 слайдов. Время доклада -5 минут. Критерии оценки доклада такие же. Дополнительно оценивается презентация.

Оформление слайдов	Параметры
Стиль	Соблюдать единого стиля оформления.
Фон	Фон не должен быть слишком темным или ярким, чтобы не отвлекать внимания от содержания слайдов.
Использование цвета	Слайд не должен содержать более трех цветов. Фон и текст должны быть оформлены контрастными цветами.
Анимационные эффекты	При оформлении слайда использовать возможности анимации. Анимационные эффекты не должны отвлекать внимание от содержания слайдов.
Представление информации	Параметры
Содержание информации	Слайд должен содержать минимум информации. Информация должна быть изложена доступным языком. Содержание текста должно точно отражать этапы выполненной работы. Текст должен быть расположен на слайде так, чтобы его удобно было читать. В содержании текста должны быть ответы на проблемные вопросы. Текст должен соответствовать теме презентации.
Расположение информации на странице	Предпочтительно горизонтальное расположение информации. Наиболее важная информация должна располагаться в центре. Надпись должна располагаться под картинкой.
Размер шрифта	Для заголовка – не менее 24. Для информации не менее – 18. Лучше использовать один тип шрифта. Важную информацию лучше выделять жирным шрифтом, курсивом, подчеркиванием. На слайде не должно быть много текста, оформленного прописными буквами.
Выделения информации	На слайде не должно быть много выделенного текста (заголовки, важная информация).

Объем информации	Слайд не должен содержать большого количества информации. Лучше ключевые пункты располагать по одному на слайде.
Виды слайдов	Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов: <ul style="list-style-type: none"> – с таблицами – с текстом – с диаграммами

Критерии оценивания презентаций:

Оценка	Условия, при которых выставляется оценка
Оценка 5 («отлично»)	выполненная презентация отвечает всем требованиям критериев
Оценка 4 («хорошо»)	в презентации имеются незначительные нарушения или отсутствуют какие-либо параметры
Оценка 3 («удовлетворительно»)	при оценивании половина критериев отсутствует

Требования к оформлению реферата

Реферат предоставляется в распечатанном виде, объемом 10-15 страниц. Текст реферата должен быть представлен в текстовом редакторе Word, шрифт - TimesNewRoman 14, межстрочный интервал – 1.5 (полуторный), в таблицах возможен межстрочный интервал – 1(одинарный), поля: верхнее - 2, нижнее - 2, левое- -3, правое - 1,5.

Реферат должен включать в себя: содержание, введение, основную часть, заключение, список литературы (не менее 5 источников).

Время на защиту реферата: 5 минут.

Критерии оценивания реферата:

Оценка	Условия, при которых выставляется оценка
Оценка 5 («отлично»)	материал изложен в определенной логической последовательности. Тема реферата раскрыта полностью.
Оценка 4 («хорошо»)	тема реферата раскрыта, при этом допущены не существенные ошибки, исправленные по требованию преподавателя
Оценка 3 («удовлетворительно»)	тема раскрыта не полностью, допущена существенная ошибка
Оценка 2 («неудовлетворительно»)	при защите реферата обнаружено не понимание основного содержания учебного материала

Выполнение тестирования

Критерии оценивания:

Оценка	Условия, при которых выставляется оценка
Оценка 5 («отлично»)	если студент при тестировании дал 85-100% правильных ответов
Оценка 4 («хорошо»)	если студент при тестировании дал 69-84% правильных ответов

Оценка 3 («удовлетворительно»)	если студент при тестировании дал 51-68% правильных ответов
Оценка 2 («неудовлетворительно»)	если студент при тестировании дал менее 50% правильных ответов

2.2. Критерии оценивания практических знаний

Оценка	Критерии оценивания
Оценка 5 («отлично»)	студент демонстрирует знание теоретического и практического материала по теме практической работы, определяет взаимосвязи между показателями задачи, даёт правильный алгоритм решения, определяет междисциплинарные связи по условию задания.
Оценка 4 («хорошо»)	студент демонстрирует знание теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при решении задач, имея неполное понимание междисциплинарных связей при правильном выборе алгоритма решения задания.
Оценка 3 («удовлетворительно»)	студент затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, даёт неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя.
Оценка 2 («неудовлетворительно»)	студент даёт неверную оценку ситуации, неправильно выбирает алгоритм действий.

3. Комплекты оценочных средств.

3.1. Комплект оценочных средств для текущего контроля

Для осуществления оперативного контроля по темам изучаемой учебной дисциплины используются следующие типы контрольных заданий:

I семестр

Раздел 1. Теоретические основы бизнес-планирования

Тема 1.1. Планирование и прогнозирование в условиях рынка

Урок № 1-2. Сущность бизнес-планирования и его цели, задачи и функции

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Дайте определения понятиям «планирование», «план», «прогнозирование», «прогноз», «система планирования». Какова их сущность? В чем заключаются основные различия между понятиями «план» и «прогноз»?
2. Какие типы и виды планов вам известны? Какова их сущность?
3. Перечислите и охарактеризуйте основные трудности, с которыми сталкиваются российские предприниматели в ходе разработки бизнес-плана.
4. Поясните суть процесса стратегического планирования.
5. Как взаимосвязаны стратегия развития предприятия и бизнес-план?
6. Раскройте сущность бизнес-плана. Какие цели и задачи он позволяет решать?
7. Кто может являться читателем бизнес-плана? Охарактеризуйте основные группы читателей.
8. В каких ситуациях может понадобиться бизнес-план?
9. В какой стране зародилась технология бизнес-планирования и с чем это было связано?
10. Назовите и охарактеризуйте основные барьеры, препятствующие широкому распространению технологии бизнес-планирования в малом бизнесе.

Урок № 3-4 . Принципы бизнес-планирования и его предпосылки.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Что такое бизнес-идея? Какие источники бизнес-идей существуют?
2. С помощью каких методов можно сгенерировать бизнес-идеи?
3. На какие основные вопросы должен ответить документ, описывающий бизнес-идею? 4. Какую структуру должен иметь документ, описывающий бизнес-идею?
5. Опишите сущность и значение бизнес-модели.
6. Опишите примерную структуру документа, описывающего бизнес-модель.
7. Какие основные виды бизнес-моделей существуют?
8. Опишите общие требования к структуре и содержанию бизнес-плана.
9. Дайте характеристику основным этапам разработки бизнес-плана

Урок № 5-6 Преимущества бизнес-планирования.

Тестирование

1. Процесс управления инвестиционным проектом - это:

- а) организация, руководство, координация ресурсов на протяжении жизненного цикла проекта;
 - б) организация, планирование, руководство, координация ресурсов на протяжении жизненного цикла проекта;
 - в) организация, планирование, руководство, координация ресурсов на протяжении жизненного цикла фирмы;
2. Расставьте напротив каждого из вариантов цифры, соответствующие очередности выполнения фаз проектного цикла: а) фаза завершения проекта;
- б) эксплуатационная фаза;
 - в) концептуальная фаза;
 - г) фаза разработки проекта;
 - д) фаза выполнения проекта.

Урок № 7-8 Нормативная основа бизнес-планирования в России.

Решение задачи

Разработайте бизнес-идею выхода организации на зарубежный рынок. Приведите пример успешной бизнес-модели какой-либо из известных вам компаний, действующих в настоящее время на рынке. Проведите комплексный критический анализ бизнес-модели компании. Является ли эта модель оригинальной и инновационной? Оцените действующую модель компании с точки зрения ее полноты, логичности и внутренней согласованности, возможностей для обеспечения прибыли.

Урок № 9-10 Самостоятельная работа на тему: «Роль и место планирования в управлении предприятием». Защита реферата.

Тема 1.2. Методология планирования на предприятии

Урок № 11-12. Методы и средства планирования.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса.

1. Перечислите методы бизнес-планирования?
2. Чем характеризуются инновационные проекты исследования и развития?
3. Назовите методы бизнес-планирования.
4. В чем отличие метода проверки устойчивости и метода чувствительности?

Урок № 13-14. Показатели планирования

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Что является объектом и предметом стратегического бизнесплана?
2. Какова основная задача бизнес-планирования?
3. Перечислите особенности стратегического бизнес-планирования.
4. В чем состоит отличие стратегического планирования от тактического?
5. Что относится к ключевым показателям эффективности?
6. Назовите достоинства и недостатки бюджетирования.
7. Каковы необходимые условия для эффективной системы бюджетирования?
8. Какие существуют этапы процесса бюджетирования предприятия?

Урок № 15-16. Организация процесса бизнес-планирования на предприятии

Составление плана

1. Состав бизнес-плана и содержание его разделов: титульный лист, резюме, сущность предлагаемого проекта, описание отрасли инициатора проекта, оценка рынка сбыта и конкурентов, план маркетинга, организационный план, план производства, финансовый план инвестиционного проекта (сводный баланс активов и пассивов, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств), оценка риска инвестиционного проекта, эффективность инвестиционного проекта.
2. Информационное обеспечение бизнес-планирования.
3. Порядок разработки, согласования, утверждения и состав проектной документации на строительство.
4. Коммерческая тайна и способы ее защиты при бизнес-планировании.
5. Комплекс программных продуктов в области бизнес-планирования: краткий обзор

Тема 1.3. Организация плановой работы на предприятии

Урок № 17-18. Организация планирования.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Что такое бизнес-план? Каково его назначение?
2. Назовите цели разработки бизнес-плана и основные его отличия от стратегического плана.
3. Что включает структура бизнес-плана согласно международным стандартам?
4. Какова структура бизнес-плана по методике ЮНИДО?
5. Какие методики разработки бизнес-плана существуют?

Урок № 19-20. Плановые показатели, нормы и нормативы

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Какие виды показателей используются в планировании?
2. Какими свойствами они должны обладать?
3. Что представляют собой применяемые в планировании нормы и нормативы?
4. В чем состоит их сходство и отличие?
5. Каким образом отражается влияние норм и нормативов на эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия?
6. На какие основные группы и виды подразделяются существующие на предприятии нормы и нормативы?
7. Какие общие требования предъявляются ко всем нормам и нормативам?
8. Какими методами разрабатываются плановые нормы и нормативы?

Урок № 21-22. Классификация планов организации.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Каков общий объем продаж по данному сегменту рынка в настоящее время?
2. Каков общий объем продаж продукции, рассматриваемой в бизнес-плане?

3. Каковы тенденции (прогнозы) продаж продукции на внутреннем и международном рынках?
4. Каковы сегменты рынка (географические, промышленные, оптовые торговцы и т. д.) в секторе промышленности, который представляет данный бизнес?
5. Опишите все соответствующие сегменты рынка и тенденции их роста.
6. Каковы ограничения по продажам продукции данного бизнеса и как предполагается их преодолевать?

Урок № 23-24. Виды планов в зависимости от содержания плановых решений.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Назовите классификацию видов планирования.
2. Опишите виды планирования по обязательности плановых решений

Урок № 25-26. Виды планов по сферам и по форме планирования.

Тестирование

1. Для обоснования целесообразности осуществления отдельных проектов разрабатывается ...
2. Главная цель бизнес-плана это:
 - а) выпуск запланированного объема продукции;
 - б) расширение предпринимательской деятельности;
 - в) получение прибыли.
3. Главная цель бизнес-плана это:
 - а) выпуск запланированного объема продукции;
 - б) расширение предпринимательской деятельности;
 - в) получение прибыли.
4. «Гибкое планирование» означает возможность:
 - а) увеличить объем производства;
 - б) увеличить объем продаж;
 - в) адекватно реагировать на изменение внешней среды.
5. Какое место занимает планирование на предприятиях в условиях рынка
 - а) слабо используется
 - б) границы планирования ограничены
 - в) роль планирования возрастает, поскольку с его помощью определяются стратегические и текущие цели развития, средства их реализации в условиях неопределенности внешней среды
 - г) связано только с определением заданий производственной программы и дохода
6. Какие виды планов используются на предприятии?
 - а) перспективные;
 - б) текущие
 - в) оперативно-производственные
 - г) все вышеперечисленные
7. Какие методы планирования используются на предприятии
 - а) программно-целевые;
 - б) расчетно-аналитические
 - в) балансовые;
 - г) экономико-математические
 - д) все вышеперечисленные

8. Что такое стратегический план предприятия
- а) совокупность главных целей предприятия и основных способов их достижения;
 - б) план предприятия на 5-10 лет;
 - в) долгосрочная программа развития
9. В чем заключается сущность тактического планирования:
- а) разработка текущих планов
 - б) определение видов и объемов ресурсов для решения стратегических задач
 - в) прогнозирование решения задач
10. Для чего нужен предприятию бизнес-план
- а) для получения кредита в банке
 - б) для регистрации предприятия
 - в) для оценки инвестиционных проектов.

Тема 1.4. Стратегическое планирование

Урок № 27-28. Прогноз конъюнктуры рынка. Общая стратегия маркетинга.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Что понимается под рыночной ситуацией или состоянием рынка?
2. Каким должен быть маркетинговый анализ ?
3. Маркетинговый анализ подразделяется на виды?

Урок № 29-30 Определение емкости рынка. Планирование ассортимента и цены.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Зачем компании производят расчет емкости рынка
2. Виды емкости рынка
3. Какие факторы оказывают влияние на расчет емкости рынка

Урок № 31-32 Политика по послепродажному обслуживанию и предоставление гарантий.

Составление таблицы.

Какой план действий для выхода на рынок?

Для реализации плана производственного предприятия необходимы следующие человеческие ресурсы: директор, главный бухгалтер, главный инженер, сборщики компьютеров, дизайнеры, технолог, водители, технички, кладовщики. Заполните в таблице перечень выполняемых работ.

Должность	Выполняемая работа
директор	принимает важные решения, подписывает контракты, заключает договора
главный бухгалтер	ведет финансовую отчетность, следит за денежными средствами
главный инженер	следит непосредственно за всем производством
сборщики компьютеров	занимаются сбором мультимедийных рабочих станций, компьютеров

дизайнеры	проектируют внешний вид будущего товара
технолог	производит контроль за качеством продукции
водители	доставляют товар на дом
технички	убирают помещения
кладовщики	отпускают готовую продукцию и принимают материал, следят за его сохранностью

Урок № 33-34 Реклама и продвижение товара на рынок.

Ситуационные задачи

1. В ходе одного исследования, проведенного в США, было изучено влияние капитала брэнда на две гостиничные цепи, которые в десяти лет реализовывали разные стратегии инвестирования в рекламу, предлагая аналогичные характеристики услуг и сообщая почти об одинаковых рейтингах по обслуживанию потребителей. По результатам исследования было установлено, что брэнд с более высоким рекламным бюджетом (Holiday Inn) обеспечил намного более высокий уровень капитала брэнда, что в свою очередь привело к более высоким показателям предпочтений потребителей и намерений о покупке услуг.

Учтя различия в размерах сетей отелей, можно сказать, что в 2005 г. Holiday Inn тратила на рекламу в 2-5 раз больше, Howard Johnson. В начале 2006 г. было проведено исследование по определению показателей осведомленности брэндов, ассоциациям с брэндами и воспринимаемым качеством. Было установлено, что Holiday Inn: имеет капитал брэнда в пять раз больший, чем Howard Johnson; занимает явно «передовые позиции» в умах людей, часто пользующихся услугами отелей; на 55% имела более высокий коэффициент осведомленности рекламного характера; воспринимается гостями, как отели, представляющие более высокое качество, чем Howard Johnson; имеет более позитивные ассоциации (репутацию, стабильность обслуживания, качество и характеристики номеров), в то время как у Howard Johnson ассоциации более отрицательные (репутация, характеристики номеров, чистота и качество обслуживания в ресторане). Благодаря лучшим показателям имеет более высокий капитал брэнда, что в свою очередь трансформируется в более высокую предпочтительность брэнда: предпочтительность Holiday Inn почти в 10 раз выше, чем у Howard Johnson, что приводит к более высоким показателям, если говорить о намерении потенциальных гостей воспользоваться услугами этих сетей отелей.

Вопросы:

1. Что помогло «раскрутить» брэнд Holiday Inn .
2. Как Вы считаете, что определяет успех любого брэнда?

Задания

Задание 1. Составьте программу коммуникаций в Интернете для проведения в нем рекламной кампании новой модели стиральной машины; новой модели ноутбука; открытия в Сети корпоративного сайта компании.

Задание 2. Существует ли у Вашей компании корпоративный web-сайт? Если да, то попробуйте оценить качество проведения каждого из этапов его реализации: бизнес-модель сайта, доменное имя, выбор поставщика услуг Интернета, реализация дизайна сайта и его

информационного наполнения, инструменты привлечения на него посетителей, инструменты работы с аудиторией.

Задание 3. Рынок рекламы в Интернете в настоящее время находится только в начале своего развития. Свидетельством этого служат его достаточно небольшие обороты по сравнению с традиционным аналогом, а также отсутствие многих ведущих мировых игроков рынка традиционной рекламы. Попробуйте дать прогноз дальнейшего развития рынка рекламы в Интернете. Какие основные факторы будут определять дальнейшее развитие этого сектора рынка?

Задание 4. Дайте характеристику каждого из видов рекламы в Интернете. Какие основные функции выполняет каждый из ее видов? Какими достоинствами и недостатками обладает?

Задание 5. Мероприятия по стимулированию сбыта с каждым годом развития Интернета все чаще встречаются в арсенале компаний, предлагающих в нем свои товары и услуги. Найдите в Интернете примеры проводимых сегодня мероприятий по стимулированию сбыта. Оцените задачи и цели каждого из найденных примеров. Какие предложения по совершенствованию политики стимулирования сбыта в Сети Вы можете предложить?

Задание 6. Перечислите доводы в пользу использования Интернета в качестве одного из инструментов организации связей с общественностью. В каких случаях оно наиболее эффективно, а в каких нет? Приведите примеры.

Тема 1.5. Сущность и назначение бизнес-плана

Урок № 35-36 Бизнес-план: сущность и цели

Составление таблицы

Задание: сопоставить понятие и его определение.

<u>Бизнес-план</u>	состоит в том, что он раскрывает экономические отношения по поводу вложения капитала и осуществления денежных затрат и организует их в направлении обеспечения устойчивой работы предприятия и бесперебойного выпуска продукции.
<u>Сущность бизнес-плана</u>	представляет собой результат комплексного исследования различных аспектов деятельности фирмы (производства, реализации продукции, послепродажного обслуживания и др.)
<u>Цель разработки бизнес-плана</u>	ставится задачей, если указан срок ее достижения и заданы количественные характеристики желаемого итога. Цель реализуется путем решения ряда задач.
Цель	– дать обоснованную, целостную, системную оценку перспектив развития фирмы, то есть спрогнозировать и спланировать ее деятельность на ближайший период и перспективу, исходя из потребностей рынка и возможностей фирмы по их удовлетворению.

Урок № 37-38 Функции бизнес-плана

Тестирование

1. Бизнес-планирование характеризуется:
 - А) установлением стратегических и тактических целей и средств их достижения;
 - Б) выбором средств достижения заданных целей;
 - В) установлением стратегических, тактических и операционных планов. Методов и средств достижения стратегических целей.
2. Общая структура жизненного цикла проекта включает:
 - А) фазы проекта;
 - Б) стадии проектирования;
 - В) этапы жизненного цикла товара;
 - Г) жизненный цикл проектирования.
3. Бизнес-план проекта – это:
 - А) часть перспективного плана предприятия;
 - Б) документ, предназначенный для обоснования стратегических изменений в развитии деятельности предприятия и инвестиций;
 - В) документ, предназначенный для обоснования затрат по проекту.
4. Объектом бизнес-планирования является:
 - А) субъекты предпринимательской среды: предприятия, компании, банки, инвестиционные структуры...;
 - Б) инвестиционные и инновационные проекты;
 - В) структурные бизнес-единицы организации.
5. Место бизнес-плана в системе планов предприятия:
 - А) часть стратегического плана предприятия;
 - Б) часть инновационных и инвестиционных планов предприятия;
 - В) тактический текущий план деятельности организации.
6. Основные цели бизнес-плана это:
 - А) обоснование проектных решений в бизнесе, связанных с затратами инвестиционных ресурсов;
 - Б) поиск партнеров по реализации проекта;
 - В) поиск источников финансирования;
 - Г) календарное планирование работ.
7. Жизненный цикл продукта (услуги) - это:
 - А) перечень фаз жизненного цикла проекта;
 - Б) время годности продукта (услуги);
 - В) время с момента выхода продукта на рынок и до его ухода с рынка.
8. Емкость рынка - это:
 - А) вместительность складских помещений и магазинов;
 - Б) объем (количество) товаров, которые может поглотить рынок;
 - В) количество товаров, купленное в предшествующем периоде.
9. Прогнозирование спроса - это:
 - А) планирование объема продажи на последующий период;
 - Б) научное предсказание спроса с помощью статистического моделирования или экспертных оценок;
 - В) разработка стратегической матрицы.
10. Устойчивость рынка определяется:
 - А) путем оценки поведения конкурентов;

Б) с использованием коэффициентов вариации основных параметров рынка; В) с помощью коэффициентов эластичности.

Урок № 39-40 Виды бизнес-планов

Тестирование

1. Исходной точкой для планирования производственной программы является:
 - а) объем закупок
 - б) производственные возможности предприятия
 - в) прогноз сбыта
2. Детальная проработка аспектов деятельности предприятия осуществляется в планах
 - а) стратегических; б) оперативных; в) финансовых г) среднесрочных
3. Какие методы могут использоваться при планировании на предприятии:
 - а) балансовый
 - б) абстрактно-логический
 - в) нормативно-ресурсный
 - г) вариантный
 - д) сравнительный
 - е) экономико-математический
 - ж) программно-целевой
 - з) маркетинговый
 - и) экстраполяции
4. С какого раздела начинается разработка плана организационнохозяйственного устройства:
 - а) перспектив развития рациональной системы хозяйства;
 - б) перспектив социального развития коллектива;
 - в) бизнес-плана
5. Совокупность стратегий, направленных на модернизацию выпускаемой продукции и совершенствование производства, относятся к виду ... стратегий
6. Предстоящие действия непосредственно в сфере производства и сбыта определяются в результате ... планирования
7. Для решения конкретных задач в различных сферах деятельности предприятия разрабатываются ... программ.

Урок № 41-42 Сравнение бизнес-планов развития предприятия и инвестиционных проектов

Практические задания

Собрать и обобщить информацию о конкурентах, выполнив следующие действия:

1. Составить список фирм, являющихся ближайшими (территориально) и крупными (по размеру) основными конкурентами, указав название и местоположение каждой фирмы-конкурента.
2. Перечислить виды продукции (услуг), составляющие основу в общем объеме продаж конкурентов, и указать наиболее удачные продукты конкурентов.
3. Указать наиболее важные рынки сбыта каждого конкурента и его долю на этих рынках.
4. Представить данные по объему реализации продукции конкурентов (в натуральном и стоимостном выражении) за последний год, если привести подобные сведения невозможно, то можно ограничиться грубым сравнением объемов реализации продукции конкурента с продукцией своей фирмы (в понятиях «больше», «равно», «меньше»).
5. Выявить профиль каждого из конкурентов, указав присущие ему достоинства (сильные стороны) и недостатки (слабые стороны). Цель - определение характерных особенностей конкурентов (выход на международный рынок, доступ к дешевым рынкам сырья,

транспортных услуг и т. п.), дающих им преимущества, а также определение их недостатков, которые могут ограничить их успех.

6. Упорядочить конкурентов относительно контролируемой ими доли рынка.

7. Выявить действующих на рынке конкурентов, демонстрирующих успехи в области эффективного продвижения товаров на рынок. Описать методы, используемые данными фирмами, определяющие эффективность их сбытовой и ценовой политики (используемые каналы сбыта, реклама, цены, скидки и др.)

8. Указать выявленные изменения в развитии конкуренции (усиление или ослабление) и в основных факторах конкуренции. Отметить появление новых или исчезновение бывших ранее конкурентов в отрасли, изменение доли рынка в сравнении с конкурентами. Определить, какие фирмы испытывают трудности и почему.

9. Сделать прогноз развития конкуренции в будущем на основе выявленных изменений.

Урок № 43-44 Последовательность разработки бизнес-плана.

Практические задания

1. Проанализируйте основные параметры реализации любого товара или оказания услуги, используя такие показатели, как:

- точка безубыточности;
- минимальная цена;
- критическая цена;
- критическая выручка;
- критическая прибыль.

2. Опишите известные вам методы прогнозирования продаж, их достоинства и недостатки. В каких ситуациях целесообразно использовать каждый из методов? Что необходимо учитывать для составления достоверного прогноза продаж?

Тема 1. 6. Этапы разработки и структура бизнес-плана

Урок № 45-46 Бизнес-план организации и его структура.

Ситуационные задачи.

Предприниматель решил реализовать бизнес-идею по открытию хлебопекарни. Один из показателей стратегии маркетинга заключается в том, что запланировано к концу первого года занять 1 % рынка хлебобулочных изделий России, к концу второго года — 2 %, а к концу третьего года — 5 %. Необходимо определить план продаж для трех лет исходя из стратегии маркетинга.

Урок № 47-48 Бизнес-план инвестиционного проекта.

Ситуационные задачи.

Цена изделия, составляла в базисном периоде 150 тыс. руб., в плановом повысилась на 15%. Постоянные издержки - 1850 тыс. руб., удельные переменные издержки 75 тыс. руб. Определить, как изменение цены повлияет на критический объем продаж.

Урок № 49-50 Основные участники инвестиционного проекта и их функции.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Участники инвестиционного проекта
2. Функции участников инвестиционного проекта
3. Виды инвестиций и инвестиционного проекта

Урок № 51-52 Структура бизнес-плана инвестиционного проекта.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Понятие инвестиций и инвестиционного проекта
2. Участники инвестиционного проекта
3. Виды инвестиций и инвестиционного проекта
4. Виды рисков инвестиционного проекта
5. Экономическая оценка инновационного проекта

Урок № 53-54 Практическое занятие. Разработка бизнес-плана

Практическое задание. Разработайте план производства и реализации сельскохозяйственной продукции, используя данные Internet.

Тема 1.7. Анализ и диагностика эффективности управления производственно-хозяйственной деятельностью организации

Урок № 55-56 Содержание и назначение диагностики эффективности управления производственно-хозяйственной деятельностью организации

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Основные задачи АХД субъекта хозяйствования
2. Основные направления анализа и диагностики финансово-хозяйственной деятельности предприятия.
3. Основные показатели, используемые в анализе и диагностике финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Урок № 57-58 Анализ производства и реализации продукции.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Цель анализа производства и реализации продукции?
2. Основные задачи анализа объема производства и реализации продукции ?
3. Назовите показатели объема производства и реализации продукции?

Урок № 59-60 Анализ маркетинговой среды, основных средств и материальных ресурсов.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Основные задачи исследования маркетинговой среды.
2. Маркетинговая среда- понятие.
3. Подразделения предприятия к какой среде относятся?

Урок № 61-62 Анализ трудовых ресурсов. Анализ себестоимости и прибыльности предприятия.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Назовите структуру персонала.
2. Анализ себестоимости продукции в чем заключается?

Урок № 63-64 Анализ финансового состояния предприятия.

Тестирование

1. Финансовым анализом является анализ:

- +1) финансового состояния компании
- 2) маркетинговой стратегии
- 3) производственных процессов
- 4) кадрового потенциала

2. Приемами анализа финансового состояния являются:

- +1) анализ рентабельности
- 2) анализ клиентской базы
- 3) анализ географического расположения
- 4) анализ социальной ответственности

3. Источники информации финансового анализа:

- 1) блоги и социальные сети
- +2) финансовая отчетность компании
- 3) экономические прогнозы
- 4) нет верного ответа

4. Финансовый анализ проводится:

- 1) ежедневно
- 2) еженедельно
- 3) ежемесячно
- +4) ежегодно

5. Горизонтальный финансовый анализ – это:

- +1) анализ изменения показателей финансового состояния в течение определенного периода времени.
- 2) анализ финансовой стабильности компании
- 3) анализ эффективности использования активов компании
- 4) анализ конкурентоспособности компании на рынке

6. Функции финансового анализа:

- +1) определение финансового положения организации
- 2) оценка эффективности использования кадров
- 3) планирование финансовых ресурсов
- 4) составление бухгалтерской отчетности

7. Задача анализа финансового состояния предприятия:

- +1) определение финансовой устойчивости предприятия
- 2) оценка конкурентоспособности продукции предприятия
- 3) улучшение организационной структуры компании
- 4) развитие маркетинговых стратегий

8. Объектами финансового анализа являются:

- +1) финансовые отчеты и отчетность организации
- 2) финансовые инструменты и рынки
- 3) финансовые ресурсы и их использование
- 4) финансовая стратегия и политика компании

9. Финансовый анализ является элементом анализа:

- 1) маркетингового анализа

- 2) организационного анализа
- 3) финансового планирования
- +4) стратегического анализа

тест-10. Основной источник информации для финансового анализа:

- +1) финансовые отчеты и отчетность организации
- 2) рыночные исследования и аналитические отчеты
- 3) внутренние документы и отчеты компании
- 4) экономические и политические новости.

Тема 1.8. Презентация бизнес-плана

Урок № 65-66 Технология продвижения бизнес-плана.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Почему презентация бизнес-плана -это способ поиска?
2. Назовите способы повышения эффективности презентации.
3. Длительность презентации?

Урок № 67-68 Типовые недостатки и ошибки в бизнес-планах.

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Основные риски разработки бизнес-планов
2. Типичные ошибки при составлении бизнес-планов
3. Решения, позволяющие повысить качество бизнес-планов

Урок № 69-70 Специализированные компьютерные системы. Пакет прикладных программ

Вопросы для проведения фронтального устного опроса

1. Автоматизация расчетов при составлении бизнес-планов
2. Пакеты прикладных программ по бизнес-планированию

Урок № 71-72 Промежуточная аттестация. Дифференцированный зачёт.

Контрольные вопросы и задачи

3.2 Комплекты оценочных средств для промежуточного контроля

Контрольные вопросы и задачи

1. Что включает в себя общее описание компании?
2. Что необходимо отразить в бизнес-плане по результатам анализа отрасли?
3. Что включает в себя описание продуктов и услуг?
4. Дайте характеристику работ и раскройте основные требования, возникающие при описании рынка и его целевых сегментов. Каковы правила эффективной сегментации?
5. Как можно определить спрос на продукты и услуги?
6. Что включает в себя анализ конкурентов?
7. Раскройте суть процедуры формирования плана продаж.

8. Охарактеризуйте основные аспекты стратегии маркетинга.
9. В чем суть товарной политики, являющейся элементом комплекса маркетинга бизнес-плана?
10. Раскройте суть политики ценообразования как элемента комплекса маркетинга бизнес-плана.
11. Дайте характеристику сбытовой политики.
12. Политика продвижения товара как элемент комплекса маркетинга бизнес-плана.
13. Маркетинговая программа и бюджет маркетинга.
14. Местоположение предприятия, критерии выбора местоположения для различных видов деятельности.
15. Производственный процесс и его обеспечение.
16. Инвестиционные затраты: характеристика и основные инструменты оценки.
17. Производственные затраты: характеристика и основные инструменты оценки.
18. Операционные конкурентные преимущества.
19. Организационная структура управления. Сведения о ключевых менеджерах и владельцах компании.
20. Кадровая политика и развитие персонала.
21. Расчет заработной платы административно-управленческого персонала. Определение управленческих расходов.
22. Построение календарного плана работ по реализации проекта. 23. Базовые предположения, принципы и подходы к разработке финансового плана.
24. План прибылей и убытков, план денежных потоков, прогнозный баланс: формат и технология составления документов.
25. Инвестиционный план и финансирование проекта. Составление кредитного плана.
26. Оценка и анализ экономической эффективности бизнес-проектов: статические и динамические методы оценки.
27. Виды и факторы риска. Качественный и количественный анализ риска.
28. Расчет точки безубыточности, запаса прочности. Анализ чувствительности.
29. Методы снижения риска. Разработка программы мероприятий по предотвращению риска и снижению возможных потерь.
30. Организация системы управления изменениями в ходе подготовки и реализации бизнес-планов.
31. Основные аспекты теории возможностей. Потенциал бизнес-проекта как один из возможных критериев выбора варианта разработки и реализации бизнес-плана.
32. Требуется проанализировать проект со следующими характеристиками: первоначальные инвестиции составили 200 тыс. руб., инвестиции по окончании первого года проекта — 100 тыс. руб., денежные потоки за четыре года составили соответственно 40, 100, 100, 30 тыс. руб. Размер процентной ставки — 15 %. Является ли проект приемлемым для реализации?
33. Банк предоставил кредит для реализации бизнес-проекта в размере 150 тыс. руб. на 30 месяцев под 13 % годовых на условиях единовременного возврата основной суммы долга и начисленных процентов. Проценты начисляются ежеквартально по схеме сложных процентов. Какую сумму предстоит вернуть банку?