

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»  
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ**

Направление подготовки/ специальность:  
**29.03.04 Технология художественной обработки материалов**

Направленность/ специализация:  
**Современные технологии ювелирно-художественных производств**

Квалификация выпускника: **бакалавр**

**Кострома  
2021**

Рабочая программа дисциплины Маркетинговая деятельность и бизнес-планирование разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 29.03.04 Технология художественной обработки материалов, Приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. №961.

Разработали: Смирнова Елена Владимировна, доцент кафедры Теоретической и прикладной экономики, финансов и кредита, к.э.н., доцент

Рецензент: Кипень Надежда Александровна, доцент кафедры Теоретической и прикладной экономики, финансов и кредита, к.э.н., доцент

**ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:**

Заведующий кафедрой Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса:

Шорохов Сергей Александрович, к.т.н., доцент

Протокол заседания кафедры №10 от 11 июня 2021 г.

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

### **Цель дисциплины:**

Формирование современного маркетингового и бизнес-мышления, приобретение компетенций, позволяющих активно участвовать в маркетинговой деятельности и бизнес-планировании, развитие способностей объективно оценивать перспективы и результаты деятельности хозяйствующих субъектов, в том числе в условиях цифровой экономики.

### **Задачи дисциплины:**

- получение навыков анализа внешней и внутренней среды бизнеса, выявления ключевых элементов, оценки их влияния на организацию, оценки уровня конкуренции в отрасли;
  - формирование навыков разработки или корректировки стратегии организации, планирования и осуществления мероприятий, направленных на ее реализацию;
  - изучение основ формирования эффективного портфеля товаров с учетом состояния и перспектив развития рынка;
  - развитие способностей к принятию и реализации управленческих решений в области рыночной деятельности организации с использованием полного набора инструментария маркетинга;
  - развитие навыков анализа комплекса маркетинга предприятия и разработки рекомендаций по его совершенствованию;
  - получение навыков разработки и обоснования бизнес-плана для конкретной отрасли применительно к заданной сфере деятельности, в т.ч. с использованием цифровых технологий.
- Дисциплина направлена на профессионально-трудовое воспитание обучающихся посредством содержания дисциплины и актуальных технологий.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

### **освоить компетенции:**

**ОПК-9** Способен участвовать в маркетинговых исследованиях товарных рынков.

### **Код и содержание индикаторов компетенции:**

**ОПК-9.1** Знать порядок и особенности маркетинговых исследований для реализации продукции художественного и художественно-промышленного назначения; функциональные требования к сырью, разрабатываемым изделиям, материалам и технологиям; особенности товарных рынков художественных и художественно-промышленных материалов и изделий в современных условиях.

**ОПК-9.2** Уметь работать с партнерами и потребителями на рынке материалов и изделий художественного и художественно-промышленного назначения; проводить маркетинговые исследования товарных рынков.

**ОПК-9.3** Владеть методами маркетинговых исследований.

### **Требования к уровню освоения содержания дисциплины:**

#### **знать:**

**9.1.1** Знает базовую терминологию, методики и подходы для проведения маркетинговых исследований и бизнес-планирования.

**9.1.2** Знает порядок и особенности маркетинговых исследований для реализации продукции художественного и художественно-промышленного назначения с учетом требований к сырью, разрабатываемым изделиям, материалам и технологиям.

#### **уметь:**

**9.2.1** Умеет проводить маркетинговые исследования и бизнес-планирование для решения типовых задач.

**9.2.2** Умеет проводить маркетинговые исследования и бизнес-планирование с учетом специфики рынка материалов и изделий художественного и художественно-промышленного назначения.

**9.2.3** Умеет проводить маркетинговые исследования и бизнес-планирование с целью реализации стартапа в условиях рынка материалов и изделий художественного и художественно-промышленного назначения.

**владеть:**

**9.3.1** Владеет базовыми методами маркетинговых исследований.

**9.3.2** Владеет навыками проведения маркетинговых исследований и бизнес-планирования с учетом специфики рынка материалов и изделий художественного и художественно-промышленного назначения.

**9.3.3** Владеет навыками маркетинговых исследований и бизнес-планирования с целью реализации стартапа в условиях рынка материалов и изделий художественного и художественно-промышленного назначения.

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) учебного плана. Изучается в 6, 7 и 8 семестре очной формы обучения.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных и параллельно осваиваемых дисциплинах: Основы проектной деятельности, Деловые коммуникации, Психология личности и группы, Цифровая экономика и финансовая грамотность.

Изучение дисциплины является основой для освоения Производственной практики: Технологической (проектно-технологической) практики, а также для успешного выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.

### 4. Объем дисциплины

#### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы	Очная форма			
	Всего	Семестр 6	Семестр 7	Семестр 8
Общая трудоемкость в зачетных единицах	7	2	3	2
Общая трудоемкость в часах	252	72	108	72
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	164	50	84	30
Лекции	68	34	34	–
Практические занятия	96	16	50	30
Лабораторные занятия	–	–	–	–
Практическая подготовка	–	–	–	–
ИКР	3,5	0,25	0,25	3
Самостоятельная работа в часах	84,5	21,75	23,75	39
Форма промежуточной аттестации	Зачет, Зачет, КР	Зачет	Зачет	КР

#### 4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма			
	Всего	Семестр 6	Семестр 7	Семестр 8
Лекции	68	34	34	–
Практические занятия	96	16	50	30
Лабораторные занятия	–	–	–	–
Консультации	–	–	–	–
Зачет/зачеты	0,5	0,25	0,25	–
Экзамен/экзамены	–	–	–	–
Курсовые работы	3	–	–	3

Курсовые проекты	–	–	–	–
Практическая подготовка	–	–	–	–
<b>Всего</b>	<b>167,5</b>	<b>50,25</b>	<b>84,25</b>	<b>33,0</b>

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

### 5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е./ час	Аудиторные занятия			ИКР	Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.		
<b>Семестр 6</b>							
1	Роль маркетинга в управлении предприятием.	5	3	–	–	–	2
2	Маркетинговая деятельность предприятия.	7	3	2	–	–	2
3	Информационная база маркетинга.	8	4	2	–	–	2
4	Комплексное исследование рынка.	10	4	2	–	–	4
5	Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.	8	4	2	–	–	2
6	Анализ и разработка товара.	8	4	2	–	–	2
7	Методы ценообразования в маркетинге.	8	4	2	–	–	2
8	Формирование спроса и стимулирование сбыта.	8	4	2	–	–	2
9	Организация деятельности маркетинговой службы.	7,75	4	2	–	–	1,75
	Зачет.	2,25	–	–	–	0,25	2
	<b>Итого за 6 Семестр:</b>	<b>2/72</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	<b>–</b>	<b>0,25</b>	<b>21,75</b>
<b>Семестр 7</b>							
1	Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии.	14	4	–	6	–	4
2	Этапы разработки бизнес-плана.	17	6	–	8	–	3
3	Процесс и организация планирования на предприятии.	17	6	–	8	–	3
4	Методика составления разделов бизнес-плана.	15	6	–	6	–	3
5	Бизнес-проект как основа инновационной деятельности компании.	17	6	–	8	–	3
6	Оформление и представление бизнес-плана.	13	4	–	6	–	3
7	Организация процесса реализации бизнес-плана.	13	2	–	8	–	3
	Зачет.	2	–	–	–	0,25	1,75
	<b>Итого за 7 Семестр:</b>	<b>3/108</b>	<b>34</b>	<b>–</b>	<b>50</b>	<b>0,25</b>	<b>23,75</b>
<b>Семестр 8</b>							
1	Структура бизнес-плана. Описание бизнеса.	7	–	–	5	–	2
2	Исследование рынка.	7	–	–	5	–	2

3	План производства. Организационный план.	7	–	–	5	–	2
4	Финансовый план.	7	–	–	5	–	2
5	Анализ рисков проекта.	7	–	–	5	–	2
6	Подготовка презентации бизнес-плана.	7	–	–	5	–	2
	Курсовая работа.	30	–	–	–	3	27
	<b>Итого за 8 Семестр:</b>	<b>2/72</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>30</b>	<b>3</b>	<b>39</b>
	<b>ИТОГО:</b>	<b>7/252</b>	<b>68</b>	<b>–</b>	<b>96</b>	<b>3,5</b>	<b>84,5</b>

## 5.2. Содержание:

### 6 Семестр

#### **1. Роль маркетинга в управлении предприятием.**

История возникновения маркетинга. Понятия, принципы, цели, задачи и функции маркетинга. Концепции и виды маркетинга.

#### **2. Маркетинговая деятельность предприятия.**

Понятие, цель, содержание и направления маркетинговой деятельности. Маркетинговая среда организации.

#### **3. Информационная база маркетинга.**

Виды маркетинговой информации. Маркетинговые информационные системы. Организация маркетинговых исследований.

#### **4. Комплексное исследование рынка.**

Комплекс маркетинга. План маркетинга.

#### **5. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.**

Сегментирование рынка. Позиционирование товара на рынке.

#### **6. Анализ и разработка товара.**

Определение и анализ товара, уникальные достоинства товара. Матрица И. Ансоффа и жизненный цикл товара. Портфель товаров. Обеспечение конкурентоспособности товара. Развитие товарного ассортимента. Разработка нового товара. Упаковка. Сервисное обслуживание.

#### **7. Методы ценообразования в маркетинге.**

Выбор способов установления цен. Использование методов ценообразования. Установление цен на товары в рамках ассортимента.

#### **8. Формирование спроса и стимулирование сбыта.**

Элемент комплекса маркетинга «продвижение». Решения по основным видам маркетинговых коммуникаций.

#### **9. Организация деятельности маркетинговой службы.**

Понятие организационной структуры. Виды организационных структур службы маркетинга. Общее и особенное типовых структур служб маркетинга. Штабные организационные структуры и место в них маркетинговых подразделений. Матричные структуры и их роль в маркетинге.

### 7 Семестр

#### **1. Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии.**

Назначение бизнес-плана и его основные элементы. Функции бизнес-планирования. Инициирование. Прогнозирование. Оптимизация. Координация и интеграция. Основные принципы внутрифирменного планирования. Необходимость. Непрерывность. Эластичность и гибкость. Системность. Точность и детализация.

#### **2. Этапы разработки бизнес-плана.**

Понятие предпринимательской идеи. Внешние стимулы и внутренние побудительные силы, основные субъективные факторы возникновения предпринимательских идей. Основные

источники предпринимательских ценностей. Фазы отбора, оценки и реализации предпринимательских идей в бизнес-плане. Миссия и цели предприятия. Классификация целей. Структуризация целей и построение «Дерева целей». Основные внешние и внутренние факторы развития предприятия. Треугольник конкуренции. Стратегии роста хозяйствующего субъекта.

### **3. Процесс и организация планирования на предприятии.**

Планирование как важнейшая функция управления. Этапы процесса планирования хозяйственной и финансовой деятельности предприятия. Системы планирования. Объекты планирования. Разработчики планов. Средства планирования. Порядок составления планов. Методы планирования.

**4. Методика составления разделов бизнес-плана.** Условия обоснования положений бизнес-плана. Состав и характеристика разделов бизнес-плана. Меморандум конфиденциальности. Резюме. Описание отрасли. Характеристика предприятия. Выбор вида деятельности (товара, работы, услуги). План маркетинга. Производственная программа. Организационная структура предприятия. Финансовый план и бюджет предприятия. Анализ рисков. Организационный план.

### **5. Бизнес-проект как основа инновационной деятельности компании.**

Понятие бизнес-проекта. Классификация его разновидностей. Признаки бизнес-проекта. Участники бизнес-проекта. Жизненный цикл бизнес-проекта и его влияние на деловую активность компании. Разработка стратегии бизнес-проекта.

### **6. Оформление и представление бизнес-плана.**

Рекомендации по оформлению и анализу бизнес-плана. Составление инвестиционной заявки. Подготовка и оформление инвестиционной заявки. Порядок согласования и утверждения бизнес-плана. Продвижение бизнес-плана, его презентация.

Обеспечение безопасности деловой информации.

### **7. Организация процесса реализации бизнес-плана.**

Реализация бизнес-плана как процесс взаимодействия с партнерами и инвесторами. Основные этапы организации процесса реализации бизнес-плана. Содержание работ по реализации бизнес-плана. Стадии реализации бизнес-плана. Управление реализацией бизнес-плана по результатам. Феномен сопротивления нововведениям и управление им. Роль конфликтов в бизнес-планировании. Последовательное решение и раннее осуществление этапов реализации проектов. Контроль и систематическое внесение корректив.

## **8 Семестр**

### **1. Структура бизнес-плана. Описание бизнеса.**

Планирование и прогнозирование. Виды производственных планов. Кому и зачем нужен бизнес-план. Предназначение бизнес-плана. Виды бизнес-планов. Современная методологическая основа бизнес-планирования. Бизнес-модель, как концептуальная основа бизнес-плана. Сущность бизнес-модели. Структура бизнес-модели и критерии ее оценки. Примеры бизнес-моделей, отражающих основные направления в Интернет-бизнесе. Основные разделы бизнес-плана. Виды резюме. Организационно-правовая форма предприятия, учредители и собственники бизнеса, высший и исполнительный органы управления. История создания и развития предприятия, его успехи и достижения. Партнеры. Объем отраслевого рынка и его перспективы. Место предприятия в отрасли. Основные цели бизнеса. Организационная структура и кадровая политика. Организация управленческого и бухгалтерского учета. Основные технологические процессы, оборудование и техническая политика.

### **2. Исследование рынка.**

Установление территориальных границ целевого рынка. Демографическая характеристика потенциальных потребителей. Определение мотивации и нужд потребителей. Оценка емкости рынка. Определение перспектив развития рынка. Определения маркетинга и сбыта продукции. Маркетинговые исследования и инструментарий маркетинговой политики. Анализ конкурентов. Маркетинговые стратегии. Методы и стратегии сбытовой и ценовой политика.

### **3. План производства. Организационный план.**

Описание производственного процесса. Производственная мощность. Контроль производственных процессов и качества продукции. Здания и сооружения. Технологии и оборудование. Потребности в сырье и материалах. Формирование производственной себестоимости. Текущие и возможные производственные проблемы. Ключевые сотрудники. Прогноз потребности в управленческих кадрах. Описание персонала. Найм и подготовка кадров. Члены совета директоров, советники и независимые консультанты.

### **4. Финансовый план.**

Калькуляция себестоимости. Прогнозный отчет о прибылях и убытках. Прогнозный отчет о движении денежных средств. Прогнозный баланс. Оценка экономической эффективности инвестиций

### **5. Анализ рисков проекта.**

Виды рисков и методы их оценки. Методы минимизации и страхования рисков

### **6. Подготовка презентации бизнес-плана.**

Изучение искусства подготовки презентаций для потенциальных инвесторов. Ключевые навыки убеждения.

## **6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

### **6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)**

<b>№ п/п</b>	<b>Раздел (тема) дисциплины</b>	<b>Задание</b>	<b>Часы</b>	<b>Методические рекомендации по выполнению задания</b>	<b>Форма контроля</b>
<b>Семестр 6</b>					
1	Роль маркетинга в управлении предприятием.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
2	Маркетинговая деятельность предприятия.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
3	Информационная база маркетинга.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
4	Комплексное исследование рынка.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	4	[4, 7-12]	Опрос, тест
5	Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
6	Анализ и разработка товара.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
7	Методы ценообразования в маркетинге.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	2	[4, 7-12]	Опрос, тест
8	Формирование спроса и стимулирование сбыта.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	2	[4, 7-12]	Опрос, тест



9	Организация деятельности маркетинговой службы.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	1,75	[4, 7-12]	Опрос, тест
	Зачет.	Повторение изученного материала.	2	[4, 7-12]	Тест
	<b>Итого за 6 Семестр:</b>		<b>21,75</b>		
<b>Семестр 7</b>					
1	Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	4	[1-3, 5, 6 13-19]	Опрос, тест
2	Этапы разработки бизнес-плана.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	3	[1-3, 5, 6 13-19]	Опрос, тест
3	Процесс и организация планирования на предприятии.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	3	[1-3, 5, 6 13-19]	Опрос, тест
4	Методика составления разделов бизнес-плана.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	3	[1-3, 5, 6 13-19]	Опрос, тест
5	Бизнес-проект как основа инновационной деятельности компании.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	3	[1-3, 5, 6 13-19]	Опрос, тест
6	Оформление и представление бизнес-плана.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	3	[1-3, 5, 6 13-19]	Опрос, тест
7	Организация процесса реализации бизнес-плана.	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям.	3	[1-3, 5, 6 13-19]	Опрос, тест
	Зачет.	Повторение изученного материала.	1,75	[1-3, 5, 6 13-19]	Тест
	<b>Итого за 7 Семестр:</b>		<b>23,75</b>		
<b>Семестр 8</b>					
1	Структура бизнес-плана. Описание бизнеса.	Подготовка к практическим занятиям.	2	[1-3, 5, 6 13-19]	Опрос, тест
2	Исследование рынка.	Подготовка к практическим занятиям.	2	[1-3, 5, 6 13-19]	Опрос, тест
3	План производства. Организационный план.	Подготовка к практическим занятиям.	2	[1-3, 5, 6 13-19]	Опрос, тест
4	Финансовый план.	Подготовка к практическим занятиям.	2	[1-3, 5, 6 13-19]	Опрос, тест
5	Анализ рисков проекта.	Подготовка к практическим занятиям.	2	[1-3, 5, 6 13-19]	Опрос, тест
6	Подготовка презентации бизнес-плана.	Подготовка к практическим занятиям.	2	[1-3, 5, 6 13-19]	Опрос, тест
	Курсовая работа.	Выполнение разделов курсовой работы.	27	[1-3, 5, 6 13-19]	Тест
	<b>Итого за 8 Семестр:</b>		<b>39</b>		
	<b>ИТОГО:</b>		<b>84,5</b>		

## **6.2. Методические рекомендации студентам, изучающим дисциплину**

Студенту настоятельно рекомендуется посещать лекции ввиду большого объема информации по данной тематике, постоянного обновления содержания лекций, большого объема наглядного и демонстрационного материала.

Самостоятельная работа студента складывается из изучения материалов лекций и рекомендуемой литературы, подготовки к практическим занятиям и подготовки к зачету. В 8 семестре в качестве самостоятельной работы также выделяется подготовка разделов курсовой работы. Систематическая подготовка заданий для самостоятельной работы – залог накопления глубоких знаний по дисциплине.

Защита каждой практической работы проводится по результатам проверки отчета, самостоятельности выполненного практического задания.

Зачет преподавателем проводится для студентов, успешно освоивших дисциплину, защитивших все практические работы.

Защита курсовой работы проводится при наличии презентации и доклада.

## **6.3. Тематика и задания для практических занятий**

### **Семестр 6**

Тема 1. Анализ маркетинговой среды предприятия (возможно по вариантам).

Тема 2. Провести маркетинговое исследование в своем регионе по отношению к конкретному товару (работе, услуге).

Тема 3. Изучение критериев сегментирования рынка, проведение сегментирования различных рынков по изученным критериям. Изучение методов позиционирования и их практическое применение. Составление портрета целевого потребителя фирмы.

Тема 4. Разработать маркетинговую стратегию предприятия на основе построения маркетинговых стратегических матриц.

Тема 5. На примере любого бренда рассмотреть и построить его мыслительное поле, а также описать бренд-код. Относительно любого товара или услуги рассмотреть идею своего собственного бренда, построить мыслительное поле и описать бренд-код.

Тема 6. Используя различные методы ценообразования, установить цены на соответствующие товары в рамках ассортимента.

Тема 7. Проанализировав различные ситуации, предложить мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта, рассчитать затраты на предложенные мероприятия.

Тема 8. Сформировать маркетинговую службу для конкретного предприятия, разработать основные положения ее функционирования.

### **Семестр 7**

Тема 1. Обоснование необходимости в бизнес-планировании деятельности производственных предприятий. Критерии отбора бизнес-идей (проблемный семинар).

Тема 2. Обоснование идеи бизнес-плана и формирование его структуры для работы в малых группах.

Тема 3. Анализ рынка и конкурентов в рамках выбранной бизнес-идеи (групповая работа).

Тема 4. Маркетинговая стратегия (направление роста, обоснование конкурентных преимуществ продукта/услуги, ценовая политика, система продвижения на рынок, каналы распределения) (групповая работа).

Тема 5. Разработка организационной структуры и формирование плана управления персоналом (групповая работа).

Тема 6. Подготовка нормативной и законодательной базы для бизнес-плана.

Тема 7. Разработка производственного плана предприятия (групповая работа).

Тема 8. Расчет производственной себестоимости продукции (расчетно-аналитическая

работа).

Тема 9. Разработка операционного бюджета, бюджета по прибыли (расчетно-аналитические работы).

Тема 10. Разработка бюджета движения денежных средств, прогнозного баланса (расчетно-аналитические работы).

Тема 11. Определение стратегии финансирования. Расчет точки безубыточности и проведение анализа чувствительности точки безубыточности к воздействию различных факторов (расчетно-аналитические работы).

Тема 12. Определение внешних и внутренних рисков с использованием SWOT-анализа.

Тема 13. Разработка программы страхования рисков (групповая работа).

Тема 14. Расчет финансовой части бизнес-плана.

Тема 15. Проведение экспертизы бизнес-плана, предложенного преподавателем, в рамках малых групп (разбор практической ситуации).

## Семестр 8

Тема 1. Структура бизнес-плана. Описание бизнеса. Выбор инновационного проекта, подготовка структуры бизнес-плана. Постановка проблемы, существующей на рынке, составление описание бизнеса, продукта или услуги.

Тема 2. Исследование рынка. Анализ рынка, составление плана маркетинга, расчет бюджета маркетинга.

Тема 3. План производства. Организационный план. Разработка раздела «Производственный план», «Организационный план».

Тема 4. Финансовый план. Разработка раздела «Финансовый план».

Тема 5. Анализ рисков проекта. Разработка раздела «Анализ рисков проекта».

Тема 6. Подготовка презентации бизнес-плана. Подготовка презентации бизнес-плана и составление доклада.

### 6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ

Курсовая работа носит расчетный характер на тему «Составление бизнес-плана предприятия». Основная цель подготовки курсовой работы – показать углубленное понимание теоретических вопросов и хорошее владение практическими навыками расчетов. При написании курсовой работы также оценивается правильность оформления и ее соответствие ГОСТам.

В рамках курсовой работы студент должен быть готов объяснить методику расчета, сформулировать определения используемых терминов, а также должен понимать экономическую сущность рассчитанных показателей.

Оценку «отлично» получают те работы, в которых правильно выполнены все расчеты, произведен самостоятельный анализ расчетного материала на основе глубоких экономических знаний по заданной теме.

Оценка «хорошо» ставится тогда, когда в работе правильно выполнены все расчеты, однако не достаточно полно произведен анализ расчетного материала.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если в работе правильно выполнены все расчеты, однако студент не может ответить на вопросы преподавателя.

Оценку «неудовлетворительно» ставится в том в случае, когда расчеты выполнены недостаточно точно, студент не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя, не владеет материалом работы, не в состоянии дать объяснения сформулированным выводам.

## 7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Наименование	Количество/ссылка на электронный ресурс
<i>а) основная:</i>	
1. Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учеб. пособие / Л.Е. Басовский. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 260 с. — (Высшее образование: Бакалавриат)	<a href="http://www.dx.doi.org/10.12737/1442">www.dx.doi.org/10.12737/1442</a> . <a href="http://znanium.com/catalog/product/953265">http://znanium.com/catalog/product/953265</a>
2. Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учеб. пособие / Т.Н. Бабич, И.А. Козьева, Ю.В. Вертакова, Э.Н. Кузьбожев. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 336 с. — (высшее образование: Бакалавриат)	<a href="http://www.dx.doi.org/10.12737/2517">www.dx.doi.org/10.12737/2517</a> . <a href="http://znanium.com/catalog/product/944382">http://znanium.com/catalog/product/944382</a>
3. Экономика предприятия : учебник / А.С. Паламарчук. — М. : ИНФРА-М, 2018.— 458 с. — (Высшее образование: Бакалавриат)	<a href="http://znanium.com/catalog/product/929666">http://znanium.com/catalog/product/929666</a>
4. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 305 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <a href="http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5b177ff4775454.87516182">www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5b177ff4775454.87516182</a> .	<a href="http://znanium.com/catalog/product/954382">http://znanium.com/catalog/product/954382</a>
5. Бизнес-планирование на предприятии: учеб. / Дубровин И.А., - 2-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 432 с.: ISBN 978-5-394-02658-4	<a href="http://znanium.com/catalog/product/411352">http://znanium.com/catalog/product/411352</a>
6. Бизнес-планирование : учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 296 с.	<a href="http://znanium.com/catalog/product/1003291">http://znanium.com/catalog/product/1003291</a>
7. Маркетинг: Учебник / Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В. - М.:НИЦ ИНФРАМ, 2017. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-003647-2 -	<a href="http://znanium.com/catalog/product/608883">http://znanium.com/catalog/product/608883</a>
8. Маркетинг : учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <a href="http://www.znanium.com">http://www.znanium.com</a> ]. — (Высшее образование: Бакалавриат). —	<a href="http://znanium.com/catalog/product/939196">http://znanium.com/catalog/product/939196</a>
<i>б) дополнительная:</i>	
9. Маркетинг в предпринимательской деятельности: учеб. / Синяева И.М., - 5-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 266 с.: ISBN 978-5&394-02393-4	<a href="http://znanium.com/catalog/product/411383">http://znanium.com/catalog/product/411383</a>
10. Маркетинг : учеб. пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. — 2-е изд. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 320 с. — (Среднее профессиональное образование)	<a href="http://znanium.com/catalog/product/977930">http://znanium.com/catalog/product/977930</a>
11. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса : учебное пособие / Н.А. Скворцова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 325 с. : ил., схем., табл. - Библиогр.: с. 300-305. - ISBN 978-5-4475-5240-4 ; То же [Электронный ресурс].	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=363029">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=363029</a>
12. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова и др. ; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. - Москва :	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495786">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495786</a>

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 446 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0 ; То же [Электронный ресурс].	
13. Методы принятия управленческих решений : учеб. пособие / Н.В. Кузнецова. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 222 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]	<a href="http://www.dx.doi.org/10.12737/10400">www.dx.doi.org/10.12737/10400</a> . <a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=953913">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=953913</a>
14. Методы принятия управленческих решений : учеб. пособие / В.Л. Сендеров, Т.И. Юрченко, Ю.В. Воронцова, Е.Ю. Бровцина. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 227 с. — (Высшее образование: Бакалавриат)	<a href="http://www.dx.doi.org/10.12737/20621">www.dx.doi.org/10.12737/20621</a> . <a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=908027">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=908027</a>
15. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. — 7-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 608 с. — (Высшее образование: Бакалавриат)	<a href="http://www.dx.doi.org/10.12737/13326">www.dx.doi.org/10.12737/13326</a> . <a href="http://znanium.com/catalog/product/671375">http://znanium.com/catalog/product/671375</a>
16. Экономика предприятия: учебник. Практикум / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов. - 7-е изд., перераб. и доп. — М. : КУРС : ИНФРА-М, 2018. — 448 с.	<a href="http://znanium.com/catalog/product/930124">http://znanium.com/catalog/product/930124</a>
17. Земцова, Л.В. Страхование предпринимательских рисков: конспект лекций : учебное пособие / Л.В. Земцова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - Томск : ТУСУР, 2016. - 115 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=480998">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=480998</a>
18. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов / Дамодаран А. - 9-е изд., перераб. и доп. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 1316 с.	<a href="http://znanium.com/catalog/product/912796">http://znanium.com/catalog/product/912796</a>
19. Оценка стоимости бизнеса: практикум / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет» ; авт.-сост. А.А. Соколова, В.В. Гарибов. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 106 с. : табл. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=459134">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=459134</a>
<b>Периодические издания</b>	
Журнал «Российское предпринимательство»	<a href="https://creativeconomy.ru/journals/rp">https://creativeconomy.ru/journals/rp</a>
Журнал «Финансовая аналитика: проблемы и решения»	<a href="http://www.fin-izdat.ru/journal/fa/">http://www.fin-izdat.ru/journal/fa/</a>
Журнал «Известия вузов «Технология текстильных изделий»»	<a href="http://ttp.ivgpu.com/?page_id=19">http://ttp.ivgpu.com/?page_id=19</a>

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

Поиск дополнительной информации во время выполнения самостоятельной работы студенты могут осуществлять в сети Интернет по следующим адресам:

1. КонсультантПлюс – [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
2. Гарант – [www.garant.ru](http://www.garant.ru)
3. Росстат – [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
4. Центр маркетинговых компетенций [Электронный ресурс], URL: <http://marketolog.biz/>

5. Административно-управленческий портал. Маркетинг [Электронный ресурс], URL: <http://www.aup.ru/marketing/>
6. Развитие бизнеса.Ру. Маркетинг [Электронный ресурс], URL: <http://www.devbusiness.ru/index.html>
7. Промышленный маркетинг [Электронный ресурс], URL: <http://b2blogger.com/articles/>
8. Гильдия маркетологов. Объединение специалистов в области маркетинга [Электронный ресурс], URL: <https://www.marketologi.ru/>
9. Проект Сети финансовых сайтов «БетаФинанс.ру». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.2stocks.ru/>
10. Экономический портал Institutiones.Com. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://institutiones.com/> (новости, статьи и публикации, книги и учебники по экономике, лекции и журналы экономической тематики).
11. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
12. Интернет-проект «Корпоративный менеджмент». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.manage.ru> (библиотека по экономическим дисциплинам, форум, каталог консалтинговых компаний, семинары, новости и пресс-релизы, конференции, программы и видеокурсы, маркетинговые исследования, бизнес-планы и др.).
13. ЭКСПЕРТ ONLAIN. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.expert.ru> (Интернет-проект журнала «Эксперт» совместно с журналом «русский репортер»).
14. Аналитическая лаборатория «Веди». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vedi.ru> (Интернет-проект компании с миссией «Научная основа финансовых решений», где размещены периодические издания, аналитические материалы, статистические базы данных, архивы и полезная информация).
15. Financial information CbondsS. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbonds.ru> (новости, базы данных, отчетность, эмиссии, котировки, управление портфелем, индексы, кредитные рейтинги, опросы, календарь событий, комментарии и аналитика, процентные ставки).
16. Развитие Бизнеса / Ру 2.0. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.devbusiness.ru> (Интернет-проект – методы, инструменты, знания для развития бизнеса).
17. Интернет-проект еженедельника КОНСАЛТИНГ.РУ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consulting.ru> (новости, выпуски, статьи, книги, вакансии, консалтинговые компании, семинары, инновации).
18. Сообщения и материалы информационного агентства «РосБизнесКонсалтинг». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru> (политика, экономика, финансы, бизнес и др.).

#### **Электронные библиотечные системы:**

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн – <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

### **9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Помещения для проведения лекционных, практических занятий укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами для представления учебной информации студентам.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Лекционная аудитория	Персональный компьютер – 1 шт.; Монитор – 1 шт.; Мультимедийный проектор – 1 шт.; Есть выход в Internet. Количество посадочных мест – 30, рабочее место преподавателя.	Windows Pro 8.1 ПО Kaspersky Endpoint Security MS Office STD Ежегодно обновляемые справочно-правовые системы: Гарант, Консультант +.
Компьютерный класс для практических занятий	Персональный компьютер Pentium-IV (монитор, системный блок, мышь, клавиатура) – 8 шт.	Windows Pro 8.1 ПО Kaspersky Endpoint Security MS Office STD Ежегодно обновляемые справочно-правовые системы: Гарант, Консультант +.
<b>Аудитории для самостоятельной работы</b>		
Главный корпус, ауд. 119	17 посадочных мест; 6 компьютеров (5 для читателей, 1 для сотрудника); 2 принтера; 1 копировальный аппарат.	
Корпус Б1, ауд. 202	Рабочие места, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КГУ; демонстрационная LCD-панель; принтеры, в т.ч. большеформатный и цветной; сканеры (форматы А2 и А4); web-камеры; микрофоны.	Windows XP по лицензии OEM Software (поставщик ООО «Системный интегратор», договор № 22 ГК от 16.12.2016 г.); АИБС «Марк-SQL» (поставщик НПО «Информ-система», договор № 260420060420 от 26.04.2006 г.); Свободно распространяемое программное обеспечение: LibreOffice (тип лицензии - GNU LGPL v3+).
Главный корпус, ауд. 318	Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы: 6 рабочих мест, 2 компьютера	Windows Pro 8.1 ПО Kaspersky Endpoint Security MS Office STD