

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ильшат Ринатович Мухаметзянов

Должность: директор

Дата подписания:

Уникальный программный ключ:

aba80b84033c9ef196388e9ea0434f90a83a40954ba270e84bcbe64f02d1d8d0

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Казанский национальный исследовательский
технический

университет им. А.Н. Туполева-КАИ»

(КНИТУ-КАИ)

Чистопольский филиал «Восток»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

по дисциплине

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 1

Тема: «Разработка структуры бизнес-плана деятельности предприятия сферы услуг»

Цели работы:

1. Изучить теоретические основы бизнес-планирования в сфере услуг (туризме, гостиничном хозяйстве, ресторанном бизнесе).
2. Рассмотреть существующие методики создания бизнес-планов.
3. Научиться разрабатывать структуру бизнес-плана, в полной мере соответствующего его целям.
4. Научиться выделять наиболее значимую информацию отдельных разделов бизнес-плана. **Методические рекомендации по выполнению работы:**

Практическое задание выполняется индивидуально в течение двух практических занятий, темы создания бизнес-планов согласовываются с преподавателем. Практическое задание состоит из нескольких этапов, которые позволяют:

- последовательно изучить теоретический материал по бизнес-планированию;
- приобрести навыки по анализу методик, связанных с составлением бизнес-планов;
- подготовить проект структуры бизнес-плана предприятия сферы услуг, необходимого для написания курсовой работы по дисциплине «Планирование на предприятии»;
- составить резюме бизнес-плана.

Отчет о выполнении практического задания необходимо представить на листах формата А4 в печатной форме, либо написанный от руки. Титульный лист задания оформляется в соответствии со всеми предъявляемыми требованиями. Он содержит четко сформулированную цель создания бизнес-плана. В работе должен быть представлен перечень разделов проектируемого бизнес-плана. Следует внести пояснения к разделам, включаемым в бизнес-план (дается характеристика информации, которая будет содержаться в отдельных разделах бизнес-плана, перечень необходимых документов, таблиц, рисунков, показателей, а также формул для расчетов). Завершает работу текст резюме бизнес-плана (1- 2 стр.).

Содержание отчета:

1. Титульный лист.
2. Структура бизнес-плана (перечень включаемых разделов).
3. Содержание разделов бизнес-плана (только перечень необходимой в документе информации).
4. Резюме бизнес-плана.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 2

Тема: «Анализ показателей выполнения плана по производству и реализации продукции»

Исходная информация:

Показатель	Ед. измерения	Плановое значение за год	Отчетное значение за месяц
Объем производства	шт.	100 000	8 000
Объем реализации	шт.	100 000	8 000
Цена реализации	руб./мес.	6	7
Затраты на материалы	руб.	100 000 (1000 000 кг)	8 100 (9 000 кг)
Затраты на оплату труда	руб.	150 000 (25 000 ч)	12 600 (1 800 ч)
Переменные накладные затраты производства	руб.	100 000	9 600
Постоянные накладные затраты производства	руб.	75 000	6 500

Задание:

1. Проанализировать предложенные показатели плана по выпуску и по сбыту продукции.
2. По результатам анализа данных, необходимо выявить отклонения в показателях, рассчитать величину отклонений и объяснить взаимосвязь отклонений.
3. Обобщить полученные результаты.
4. Составить отчет с подробным описанием решения и выводами по полученным результатам.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 3

Тема: «Оценка конкурентоспособности туристского предприятия»

Цели работы:

1. Проанализировать конкурентную ситуацию на рынке туристских услуг г.Казань.
2. Оценить конкурентоспособность туристских услуг и туристского предприятия в целом.
3. Обосновать направления повышения конкурентоспособности туристского предприятия.

Методические рекомендации по выполнению работы:

1. Выбирается компания, оказывающая туристские услуги на рынке г. Казань а.
2. Определяются ее сфера деятельности и рынки сбыта услуг.
3. Выявляются прямые и потенциальные конкуренты на рынке г. Казань.
4. Выбирается несколько основных конкурентов фирмы на рынке.
5. Проводится анализ деятельности конкурентов.
6. Осуществляется конкурентный анализ деятельности турфирмы.

7. Выполняется оценка конкурентоспособности услуг туристского предприятия.

8. Дается заключение о конкурентоспособности турфирмы.

9. Предлагаются рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятия.

В процессе анализа необходимо заполнить таблицу 1.

Таблица 1- Характеристика конкурентов

Название конкурирующей фирмы	Место её расположения	Доля рынка, которым она владеет (%)	Предлагаемый объём продаж	Предполагаемые потери, вызванные деятельностью на рынке конкурентов

Для оценки своих сравнительных преимуществ по перечисленным вопросам можно использовать метод сегментации рынков по основным конкурентам, позволяющий систематизировать информацию по конкурентоспособности фирмы и главных конкурентов. Удобно эту информацию представить в виде таблицы 2.

Таблица 2 - Сравнительная оценка конкурентоспособности

Факторы конкурентоспособности	Фирма	Главные конкуренты		
		А	В	С
1. ТУРУСЛУГА				
1.1 Качество				
1.2 Техничко-экономические показатели				
1.3 Престиж знака обслуживания				
1.4 Имидж турфирмы				
1.5 Уровень обслуживания				
1.6 Количество услуг, включенных в турпакет				
1.7 Уникальность услуг				
1.8 Дополнительные услуги				
1.9 Надёжность фирмы				
1.10 Претензии по качеству				
2. ЦЕНА				
2.1 Продажная				
2.2 Процент скидки с цены				
2.3 Сроки платежа				
2.4 Условия предоставления кредита				
2.5 Условия финансирования покупки				
3. КАНАЛЫ СБЫТА				
3.1 Формы сбыта:				
• Прямые продажи				
• Привлечение посредников				
3.2 Степень охвата рынка				

3.3 Наличие филиалов				
4. ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРПРОДУКТА НА РЫНОК				
4.1 Реклама:				
• Для потребителей				
• Для посредников				
4.2 Индивидуальная продажа:				
• Стимулирование потребителей				
• Подготовка персонала				
4.3 Продажа туруслуг через Интернет				
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО БАЛЛОВ				

Приведённый в таблице перечень факторов может быть скорректирован в зависимости от конкретных условий. Каждый фактор в таблице должен получить оценку от 0 (наиболее слабые позиции по данному фактору конкурентоспособности) до 5 баллов (доминирующие позиции на рынке) как для рассматриваемой фирмы, так и для её основных конкурентов. Оценки проставляются в каждом из столбцов таблицы, а затем суммируются. Если по какому-либо фактору информация отсутствует, то можно исключить его из анализа. Для проведения экспертной оценки факторов в соответствии с требованиями данного метода формируется группа из наиболее квалифицированных работников фирмы (включая и внешних консультантов). В таблицу вносится среднее значение оценки, определяемое при помощи известного критерия Груббса, позволяющего отбрасывать явно заниженные или завышенные оценки.

Важное значение для анализа имеют суммарные баллы по каждой фирме. При их сравнении необходимо помнить, что расхождение сумм более чем на 20%, подчёркивает достаточно тяжёлое положение фирмы с точки зрения конкурентоспособности, а более 40% говорит о необходимости либо ухода с данного рынка, либо коренного изменения стратегии.

Дальнейший анализ конкурентов связан с ответами на следующие вопросы:

1. Какие планы существуют у конкурентов в отношении их доли рынка, повышения рентабельности и увеличения объёма продаж?
2. Какой рыночной стратегии придерживаются ваши конкуренты в настоящее время?
3. С помощью каких средств обеспечивают они её реализацию?
4. Каковы её сильные и слабые стороны?
5. Какие действия можно ожидать в будущем от нынешних и возможных конкурентов?

Для оценки сильных и слабых сторон фирмы в конкурентной борьбе целесообразно ответы на эти вопросы систематизировать в виде таблицы 3.

Таблица 3 - Исследование конкурентоспособности предприятия

Группы показателей	Оценка позиций
--------------------	----------------

	I	II	III	IV	V
1 ФИНАНСЫ					
1.1 Структура активов					
1.2 Инвестиционные ресурсы					
1.4 Положение по безубыточному ведению дел					
1.5 Отношение объёма продаж к стоимости активов					
1.6 Отношение основного и оборотного капиталов					
1.7 Эффективность выполнения бюджета предприятия					
1.8 Новые инвестиции					
2 ОКАЗАНИЕ УСЛУГ					
2.1 Использование производственных мощностей					
2.2 Гибкость перехода на новые продукты					
2.3 Количество рабочей силы					
2.4 Производительность труда					
2.5 Объём продаж на одного работника					
2.6 Объём продаж на единицу капиталовложений					
2.7 Контроль качества					
3. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ					
3.1 Эффективность орг.структуры					
3.2 Система коммуникаций					
3.3 Чёткость разделения полномочий и функций в аппарате управления					
3.4 Текучесть управленческих кадров					
3.5 Качество используемой в управлении информации					
3.6 Скорость реагирования управления на происходящие изменения					
3.7 Число уровней управления					
4. МАРКЕТИНГ					
4.1 Доля рынка сбыта, контролируемая фирмой					
4.2 Репутация фирмы на рынке					
4.3 Престиж знака обслуживания					
4.4 Расходы по сбыту турпродукта					
4.5 Уровень обслуживания потребителей					
4.6 Организационные и технические средства для сбыта услуг					
4.7 Цены на услуги					
4.8 Число потребителей услуг					
4.9 Качество поступающей о рынке информации.					
5. РАБОЧАЯ СИЛА					
5.1 Общее число работников фирмы					
5.2 Сбытовой персонал					
5.3 Менеджеры среднего звена					
5.4 Менеджеры высшего звена					
5.5 Расходы по обучению и подготовке кадров					
5.6 Текучесть кадров					
6. ТЕХНОЛОГИЯ					
6.1 Технология обслуживания клиентов					
6.2 Программное обеспечение ПК					
6.3 Внедрение новых технологий					
6.4 Организация НИОКР					

В этой таблице необходимо сделать отметку (крестик, звёздочка и т.п.) по каждой группе показателей, чтобы оценить позиции фирмы по отношению к имеющимся конкурентам. Для определения места фирмы на рынке в таблице используется пять граф:

Графа 1 (п.2) – лучше, чем любая фирма на рынке. Явный лидер в отрасли.

Графа 2 (п.3) – выше среднего уровня. Показатели хозяйственной деятельности достаточно хорошие и стабильные.

Графа 3 (п.4) – средний уровень. Полное соответствие отраслевым стандартам. Устойчивые позиции на рынке.

Графа 4 (п.5) – следует позаботиться об улучшении своих позиций на рынке. Есть повод для беспокойства. Отмечено ухудшение показателей хозяйственной деятельности.

Графа 5 (п.6) – положение тревожное. Позиции на рынке должны быть улучшены самым решительным образом. Предприятие попало в кризисную ситуацию.

С помощью этой таблицы можно также сопоставить различные подразделения фирмы по уровню их конкурентоспособности, оценить их слабые и сильные стороны в этой области. Состав показателей, также как и в ранее рассмотренной таблице, может быть скорректирован в зависимости от конкретных условий.

Помимо этого анализа Вашей фирмы необходимо также провести тщательный анализ производственного и хозяйственного профиля основных конкурентов и их рыночной стратегии. Пример систематизации соответствующих данных приведён в таблице 4.

Таблица может содержать как количественную информацию, так и хорошо детализированные примечания. Анализ этой таблицы поможет лучше понять логику ведения бизнеса конкурентами и определить, какие ответные меры следует предпринять и какие из них будут наиболее действенными. В представленных таблицах есть свободные строки, которые Вам предложено заполнить самостоятельно. Дополните перечень факторов оценки конкурентоспособности турпродукта и конкурентоспособности туристского предприятия.

Таблица 4 – Анализ конкурентоспособности продукта

Группы показателей	Основные конкуренты		
	А	Б	В
1. РЫНОК			
1.1 Размеры рынка			
1.2 Особенности внедрения на рынок			
1.3 Степень вхождения в рынок			
1.4 Рыночный спрос			
1.5 Рыночная диверсификация			
2.ПРОДУКЦИЯ (УСЛУГИ)			
2.1 Ассортимент			
2.2 Жизненный цикл туруслуг			

2.3 Конкуренция			
2.4 Потребительские свойства			
2.5 Качество оказываемых услуг			
2.6 Новые продукты			
2.7 Дополнительные услуги			
3. ЦЕНЫ			
3.1 Новые продукты			
3.2 Оказываемые услуги			
4.ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРПРОДУКТА			
4.1 Реклама			
4.2 Сбытовые службы			
4.3 Содействие сбытовым организациям			
5.ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ НА РЫНКЕ			
5.1 Структура каналов сбыта			
5.2 Размеры каналов сбыта			
5.3 Развитие сбытовой сети			
5.4 Контроль за каналами сбыта			

Далее следует нарисовать многоугольник конкурентоспособности турфирмы. В качестве параметров оценки выбираются наиболее важные. Оценка ведется по 100-бальной шкале.

Содержание отчета:

1. Краткая характеристика турфирмы.
2. Заполненные таблицы № 1 - 4.
3. Многоугольник конкурентоспособности турфирмы.
4. Заключение о степени конкурентоспособности предприятия и предлагаемых услугах.
5. Наличие проблем и направления повышения конкурентоспособности предприятия.

Выполнение практического задания осуществляется индивидуально. Работа рассчитана на два занятия. Результаты, полученные в процессе выполнения задания должны быть использованы в курсовой работе на тему «Разработка бизнес-плана деятельности туристского предприятия» при написания разделов: «Конкуренция на рынках сбыта», «План маркетинга» и др. Методики оценки конкурентоспособности предприятия могут быть дополнены студентами самостоятельно.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 4 ДЕЛОВАЯ ИГРА

Тема: «Экспертное прогнозирование. Оценка дерева целей деятельности туристского предприятия»

Цели работы:

1. Изучить особенности экспертного прогнозирования.

2. Рассмотреть существующие методики экспертной оценки.
3. Изучить требования, предъявляемые к экспертам.
4. Осуществить индивидуальную экспертную оценку дерева целей туристского предприятия.
5. Приобрести опыт работы в группе экспертов.
6. Оценить репрезентативность группы экспертов.
7. Научиться делать выводы по результатам группового анализа.

Порядок выполнения работы:

1. Дать оценку собственной компетентности по решаемой проблеме (Таблицы 1-2).
2. Определить репрезентативность экспертной группы (Таблица 3).
3. Проанализировать дерево целей деятельности турфирмы (Рисунок 1).
4. Дать индивидуальную экспертную оценку важности сформулированных целей и задач по 10-бальной системе. Результаты занести в таблицу 4.
5. Провести ранжирование оценок экспертов на основе результатов, представленных в таблице 4.
6. Обработать результаты экспертизы и определить показатели относительной важности представленных на «дереве целей» задач.
7. По результатам анализа мнений экспертов сделать выводы.

Методические рекомендации по выполнению работы: Практическое задание выполняется в группах в течение двух практических занятий. Группы экспертов состоят из 5-6 человек, участники групп назначаются преподавателем. Для экспертной оценки предложено дерево целей деятельности турфирмы. Цели второго уровня и задачи корректируются студентами самостоятельно.

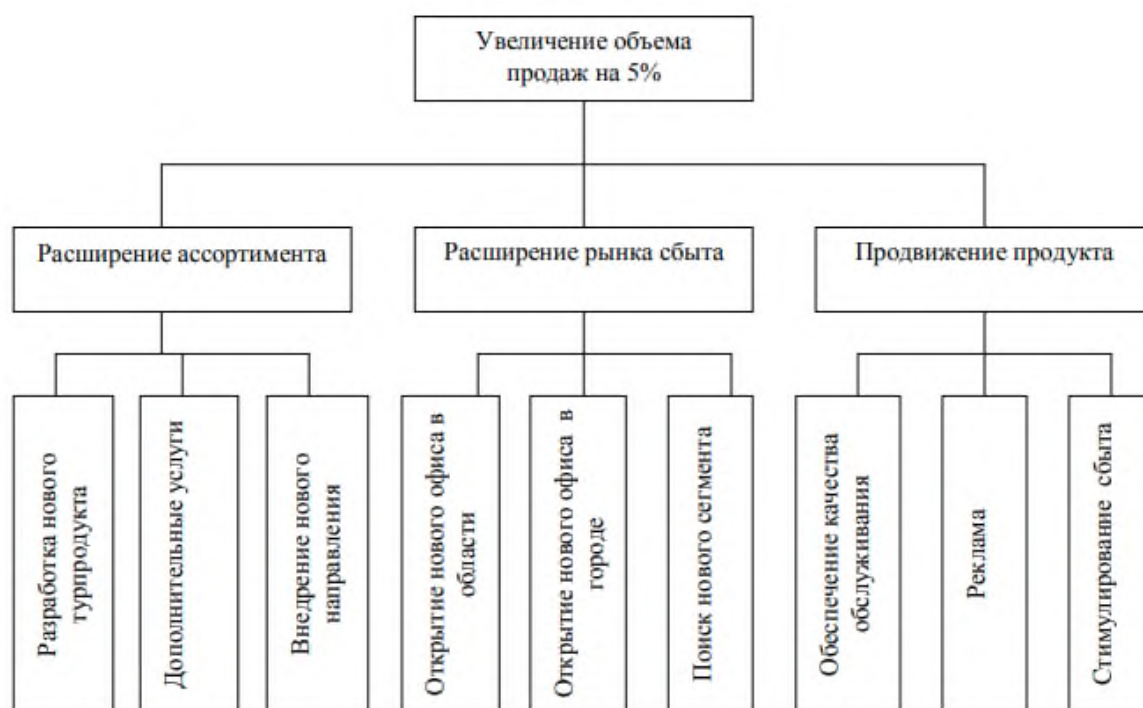


Рисунок 1 – Дерево целей

Таблица 1 - Оценка аргументации эксперта

Источник аргументации	Степень влияния источника на Ваше мнение		
	В (высокая)	С (средняя)	Н (низкая)
Проведенный Вами теоретический анализ	0,3	0,2	0,1
Ваш производственный опыт	0,5	0,4	0,2
Обобщение работ отечественных авторов	0,05	0,05	0,05
Обобщение работ зарубежных авторов	0,05	0,05	0,05
Ваше личное знакомство с состоянием дел за рубежом	0,05	0,05	0,05
Ваша интуиция	0,05	0,05	0,05

Таблица 2 - Оценка компетентности эксперта

Вопросы	Ваши ответы								
	До 2-х лет	3 года	4 года	5 лет	6 лет	7 лет	8 лет	9 лет	10 лет и более
Сколько лет Вы работаете в области обсуждаемых проблем?	0,27	0,32	0,37	0,42	0,48	0,54	0,6	0,66	0,74
Какую научноорганизационную работу Вы проводили по обсуждаемым вопросам?	Руководитель комплекса работ		Руководитель одной работы		Участник выполнения нескольких работ		Участник выполнения одной работы		
	0,7		0,6		0,49		0,39		
Имеете ли Вы ученую степень в области обсуждаемых проблем?	Доктор наук			Кандидат наук			Не имею		
	0,65			0,52			0,0		
Принимали ли Вы участие в международном сотрудничестве в области обсуждаемых проблем?	Читал лекции за рубежом		Делал доклады на международной конференции		Участвовал в работе международной комиссии или был в служебной командировке		Не участвовал		
	0,72		0,66		0,6		0,0		
Участвуете ли Вы в семинарах по обсуждаемым проблемам?	Регулярно			От случая к случаю			Не участвовал		
	0,28			0,16			0,0		

Определение компетентности группы экспертов осуществляется при помощи следующей таблицы:

Таблица 3 – Определение компетенции группы экспертов

Источник аргументации	Степень влияния источника на мнение эксперта						
	1	2	3	4	5	6	7
Теоретический анализ	0,2	0,4	0,4	0,2	0,2	0,2	0,4
Производственный	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,15	0,3

опыт							
Изучение проблемы по литературным источникам	0,05	0,1	0,1	0,05	0,1	0,15	0,05
Интуиция	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Сумма (коэффициент аргументации K_a)	0,6	0,85	0,85	0,6	0,65	0,05	0,8
Коэффициент осведомленности K_{oc}	$4 \cdot 0,2 = 0,8$	$5 \cdot 0,2 = 1$	$5 \cdot 0,2 = 1$	$4 \cdot 0,2 = 0,8$	$4 \cdot 0,2 = 0,8$	$4 \cdot 0,2 = 0,8$	$4 \cdot 0,2 = 0,8$
Коэффициент компетенции эксперта $K_k = (K_a + K_{oc}) / (K_a \max + K_{oc} \max)$.	0,7	0,925	0,925	0,7	0,725	0,625	0,8

Определение репрезентативности группы экспертов осуществляется по формуле:

$$M_{(kk)} = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m k \quad (1)$$

Установление степени важности целей и задач проводится на основе учета и обработки мнений каждого эксперта по следующим показателям:

Оценка среднестатистического значения M_{jl} для каждого j - направления исследований (в баллах) для решения l -й проблемы определяется по формуле:

$$M_{jl} = \frac{\sum_{i=1}^m C_{ijl}}{m_j}, \quad 0 < M_{jl} \leq 10 \quad (2)$$

Важность направления (проблемы) увеличивается с ростом M_{jl} . Аналогично определяется величина M_l исходя из величин C_{il} .

Оценка частоты максимальных оценок k_{10j} , полученных каждой j -ой задачей, рассчитывается по формуле (3).

$$k_{10j} = \frac{m_{10j}}{m_j}, \quad 0 < k_{10j} \leq 1 \quad (3)$$

Наибольшее количество максимальных оценок свидетельствует о важности задачи (проблемы). Величина k_{10j} определяется аналогично.

Определение суммы рангов оценок S_{jl} , полученных каждой j -й задачей, и S_l - l -ой проблемой, дополняет представление об их важности наряду с первыми двумя показателями.

Предварительно выполняется ранжирование (отдельно для целей и задач) по убыванию величин оценок, данных каждым экспертом по каждому из них. Для этого, например, оценка, данная i -экспертом j -направлению, обозначается числом натурального ряда, при этом l присваивается максимальной оценке, а

число N -минимальной. Если все оценки различны, то соответствующие числа натурального ряда определяют ранги R_{ijl} оценок i -го эксперта.

Если среди оценок, данных экспертом, имеются одинаковые, то им присваиваются одинаковый ранг, равный среднему арифметическому соответствующих чисел натурального ряда. Сумма рангов S_{jl} , присвоенных m_j экспертами j -му направлению, устанавливается по формуле (4).

$$S_{jl} = \sum_{i=1}^{m_j} R_{ijl} \quad (4)$$

Наиболее важное направление исследований будет иметь наименьшее значение S_{jl} .

Таблица 4 – Экспертная оценка важности целей и задач

Номер проблемы	Номер задачи	Номер эксперта			
		1	2	...i...	...m...
1	1	C_{111}	C_{121}	C_{1i1}	C_{1m1}
	2	C_{211}	C_{221}	C_{2i1}	C_{2m1}
	...				
	n	C_{n11}	C_{n21}	C_{ni1}	C_{nm1}

Условные обозначения: m - количество экспертов, принявших участие в коллективной экспертной оценке; n – количество сформулированных задач:

C_{jil} – оценка относительной важности (в баллах), данная i -м экспертом соответственно j -задаче l -й проблеме.

Содержание отчета:

1. Дерево целей деятельности туристского предприятия.
2. Результаты определения компетентности экспертов.
3. Результаты обработки экспертных оценок.
4. Заключение группы экспертов.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 5 ДЕЛОВАЯ ИГРА

Тема: «Разработка стратегии развития предприятия»

Цели работы:

1. Изучить методику формирования стратегического направления развития организации индустрии туризма.
2. Провести SWOT - анализ для предприятия туристской отрасли г.Казань (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, исходящих из внешней среды).
3. Обосновать стратегию развития турфирмы.
4. Сформулировать конкурентную стратегию данного предприятия.
5. Определить эффективность предложенной стратегии.

Методические рекомендации по выполнению работы:

Процесс формирования стратегии состоит из нескольких этапов, включающих:

- определение общих ориентиров развития предприятия;
- постановка долгосрочных целей развития;

- анализ внутреннего потенциала развития организации и состояния внешней среды;
- анализ стратегических позиций и выявление стратегических альтернатив;
- выбор и обоснование стратегии;
- планирование мероприятий по реализации стратегии, оценка ее эффективности.

Деловая игра осуществляется группами по 4-6 человек, задание рассчитано на 2 занятия.

Содержание отчета:

1. Титульный лист.
2. Характеристика анализируемого предприятия.
3. Матрица SWOT- анализа.
4. Стратегические альтернативы. Формулировка общей стратегии развития предприятия, конкурентной стратегии.
5. План по реализации стратегии, бюджет затрат. Оценка эффективности предложенной стратегии.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 6

Тема: «Финансовое планирование»

Планируется открытие магазина туристского снаряжения в 2021 г. На первый хозяйственный год рассчитаны следующие показатели:

Наименование показателя	Обоснование
Реализация товаров	Реализация товаров на сумму 12 млн. руб. осуществляется равномерно в течение всего года при средней торговой наценке в 25 % цены реализации. Половина товаров продается за наличные, оставшаяся часть – на условиях одномесячного кредита
Товарный запас	Число оборотов запаса - 4
Закупки товаров	Начальный товарный запас должен соответствовать среднегодовому товарному запасу. 10% его стоимости оплачивается наличными в январе, 40% - 1 июля 2020г., оставшаяся часть 1 апреля 2021г. Текущие товарные закупки осуществляются на условиях двухмесячного кредита
Заработная плата	60 тыс. руб. в месяц
Личное потребление	15 тыс. руб. в месяц
Арендная плата	15 тыс. руб. в месяц. С 1 января 2021 г. выплачивается авансом трехмесячная арендная плата
Оборудование	Приобретается на сумму 400 тыс.руб. Половина стоимости оплачивается 1 июля 2020г, остальная – 1 января 2021 г.
Основной капитал, необходимый для открытия предприятия	Стоимость основного капитала в размере 150 тыс. руб. оплачивается 1 марта 2021г.
Реклама	Стоимость стартовой рекламной кампании в размере 100 тыс. руб. оплачивается 1 февраля 2021 г.. Начиная с февраля 2021г. издержки на рекламу будут составлять 10 тыс. руб. в месяц
Прочие ежегодно	20 % торговой наценки распределяется равномерно и

возобновляемые постоянные издержки	оплачивается наличными
Первоначальный капитал	Учредитель вносит 1 января 2021 г. 500 тыс. руб. наличными и предоставляет подержанный грузовой автомобиль стоимостью 100 тыс. руб.

Порядок выполнения задания:

1. Составить финансовый план на 2021 г. с разбивкой по кварталам. В плане должна быть указана величина денежных средств на конец каждого квартала.

2. Разработать бюджет прибыли на 2021 г., рассчитанный по методу группировки издержек по экономическим элементам, учитывая, что амортизация оборудования, грузового автомобиля и основного капитала, необходимого для открытия предприятия, осуществляется по линейному методу в течение 5 лет.

3. Составить плановый баланс на 31 декабря 2021 г.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 7

Тема: «Программное обеспечение ПК разработки бизнес-планов инвестиционного направления»

Цели работы:

1. Изучить программные продукты, применяемые в процессе разработки и оформления бизнес-планов.

2. Ознакомиться с функциональными особенностями программ «Biz Planer 4.0», «Comfar 3 Expert», «Project Expert», «Альт-Инвест», «Мастерская бизнес-планирования».

3. Выявить возможности программного обеспечения ПК для составления отдельных разделов бизнес-плана, в том числе финансового плана и проведения финансовой экспертизы бизнес-проектов.

Методические рекомендации по выполнению работы:

1. Практическое задание выполняется в группах в течении одного практического занятия. Группы состоят из 5-6 человек, участники групп назначаются преподавателем. Для работы предложено программное обеспечение для составления бизнес-планов.

2. Студенты выбирают по одной из демонстрационных версий имеющихся в лаборатории кафедры экономики и менеджмента (ауд.447) программ: «Biz Planer 4.0», «Comfar 3 Expert», «Project Expert», «Альт-Инвест», «Мастерская бизнес-планирования», знакомятся с возможностями программ.

3. Составляется отчет о выполнении задания.

4. Представители рабочих групп рассказывают о функциональных особенностях выбранной программы, отвечают на вопросы.

Содержание отчета:

Конспект основных характеристик программных продуктов бизнес-планирования, возможности проведения расчетов и предоставления графической информации для разных разделов бизнес-плана.