

Документы
Информация о владельце: "Самарский государственный экономический университет"
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 13.07.2026 14:20:36
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ»**

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 38.04.01 Экономика

Направленность (профиль) подготовки: Экономика, управление и стратегия развития предприятия (организации)

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: 2 года

Объем: в зачетных единицах: 3 з.е.
в академических часах: 108 ак.ч.

г. Самара, 2026

Разработчики:

Доктор экономических наук Яковлев Г. И.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки от 11.08.2020 № 939, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Экономист предприятия", утвержден приказом Минтруда России от 30.03.2021 № 161н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Кафедра экономики, организации и стратегии развития предприятия	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Шепелев А. В.	Рассмотрено	15.05.2026, № 10

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - Изучение дисциплины Бизнес-планирование в коммерческих организациях в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся высоких компетенций в области планирования и реализации перспективных предпринимательских идей

Задачи изучения дисциплины:

- Проводить сбор, обработку, анализ и систематизацию информации, составлять и анализировать финансово-экономическую отчетность организации;
- Составлять экономические разделы планов организации с учетом ориентиров стратегического управления;
- Разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе мониторинга финансово-экономических показателей организации и критериев финансово-экономической эффективности деятельности организации с применением информационных технологий; составлять прогноз финансово-экономических показателей деятельности организации.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

УК-6.2 Реализует приоритеты собственной деятельности и корректирует их в целях совершенствования

Знать:

УК-6.2/Зн1 Основные приоритеты собственной деятельности и их корректировка в целях совершенствования

Уметь:

УК-6.2/Ум1 Расставлять приоритеты собственной деятельности и их корректировка в целях совершенствования

Владеть:

УК-6.2/Нв1 Навыками определять приоритеты собственной деятельности и их корректировку в целях совершенствования

ПК-3 Способен управлять ключевыми экономическими показателями деятельности предприятия

ПК-3.2 Разрабатывает варианты управленческих решений на основе проведения мониторинга финансово-экономических показателей деятельности предприятия

Знать:

ПК-3.2/Зн1 Различные варианты управленческих решений на основе проведения мониторинга финансово-экономических показателей деятельности предприятия

Уметь:

ПК-3.2/Ум1 Разрабатывать различные варианты управленческих решений на основе проведения мониторинга финансово-экономических показателей деятельности предприятия

Владеть:

ПК-3.2/Нв1 Навыками разработки вариантов управленческих решений на основе проведения мониторинга финансово-экономических показателей деятельности предприятия

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Бизнес-планирование в коммерческих организациях» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 2.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
ПК-3 - Способен управлять ключевыми экономическими показателями деятельности предприятия		
ПК-3.2 Разрабатывает варианты управленческих решений на основе проведения мониторинга финансово-экономических показателей деятельности предприятия	Производственная практика: научно-исследовательская работа, Управление стоимостью предприятия (бизнеса), Экономика предприятия (продвинутый уровень)	Бережливое производство, Менеджмент качества, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: научно-исследовательская работа, Производственная практика: по профилю профессиональной деятельности, Производственная практика: преддипломная, Технологии оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия и анализ бизнес-процессов, Управление затратами предприятия в условиях цифровой экономики, Управление стоимостью предприятия (бизнеса), Цифровые технологии экономики и управления бизнесом, Экономика предприятия (продвинутый уровень), Экономическая стратегия развития предприятия
УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки		
УК-6.2 Реализует приоритеты собственной деятельности и корректирует их в целях совершенствования	Иностранный язык в профессиональной деятельности (английский), Управление стоимостью предприятия (бизнеса)	Логистические системы на предприятии, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: по профилю профессиональной деятельности, Управление стоимостью предприятия (бизнеса), Экономика и управление интеллектуальной собственностью предприятия

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Практические занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Второй семестр	108	3	8	8	0,15	81,85	Зачет
Всего	108	3	8	8	0,15	81,85	18

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Практические занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Теория и методология бизнес-планирования в коммерческих организациях	44	4	40
Тема 1.1. Основы теории и методологии бизнес-планирования в коммерческих организациях	22	2	20
Тема 1.2. Содержание и структура бизнес плана	22	2	20
Раздел 2. Реализация бизнес-планирования в коммерческих организациях	45,85	4	41,85
Тема 2.1. Маркетинговые стратегии фирмы. Ценовая политика. Тактика рекламы. Обслуживание и гарантии.	22	2	20
Тема 2.2. Средства, необходимые для реализации плана. Источники инвестирования. Сроки окупаемости.	23,85	2	21,85

5.2. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тестирование
Промежуточная аттестация	Зачет

№ п/п	Наименование раздела	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
		Текущий	Промежут. аттестация
1	Теория и методология бизнес-планирования в коммерческих организациях	Тестирование	Зачет
2	Реализация бизнес-планирования в коммерческих организациях	Тестирование	Зачет

6. Оценочные материалы текущего контроля

1. Теория и методология бизнес-планирования в коммерческих организациях Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	1. Раздел бизнес-плана, в котором определяется производственная мощность, закупка сырья, материалов, комплектующих, где будут изготавливаться товары: • план производства; • финансовый план; • план маркетинга; • резюме.	Ответ: • план производства;	ПК-3
2	Раздел бизнес-плана, в котором необходимо выявить, каковы будут доходы от продаж и прибыль за первый и последующие годы, как много потребуется сделать инвестиций для поддержания дела в рассматриваемом периоде: • план маркетинга; • финансовый план; • план производства; • резюме.	Ответ: • финансовый план;	ПК-3
3	Бизнес-планы НЕ классифицируются: • на стратегические и проектные; • на стратегические и маркетинговые; • на предварительные и окончательные; • на бизнес-план модернизации и инновационный.	Ответ: • на стратегические и маркетинговые;	ПК-3
4	Стратегия финансирования определяет: • общий объем вложений в проект, источники и распределение по времени; структуру вложений; • структуру вложений; • общий объем вложений в проект, источники и распределение по времени; структуру вложений; сроки окупаемости и показатели прибыльности проекта; • кэш-фло.	Ответ: • общий объем вложений в проект, источники и распределение по времени; структуру вложений; сроки окупаемости и показатели прибыльности проекта;	ПК-3

5	Время от начала инвестиций до того момента, как все вложения покрываются доходами, полученными в результате осуществления проекта:		ПК-3
	• срок инвестирования проекта; • срок реализации проекта; • срок формирования проекта; • срок окупаемости проекта.	Ответ: срок окупаемости проекта.	
6	Раздел "Персонал" определяет:		УК-6
	• потребность в сотрудниках, их обязанности, полномочия и ответственность, форму и размер оплаты труда, а также способы оформления отношений; • потребность в сырье, оборудовании и квалифицированных кадрах; • управленческий состав организации. • должностные инструкции сотрудников организации	Ответ: • потребность в сотрудниках, их обязанности, полномочия и ответственность, форму и размер оплаты труда, а также способы оформления отношений;	

2. Реализация бизнес-планирования в коммерческих организациях Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Бизнес-план, цель составления которого - предельно четко описать результаты реализации конкретного частного проекта (решение о целесообразности его выполнения может вытекать из состав- ленного ранее стратегического бизнес-плана): • предварительный; • проектный; • модернизации; • инновационный		УК-6
	Ответ:	предварительный;	
2	11. Бизнес-план, который обычно опирается на эскизный вариант технической реализации проекта (в его основу закладываются лишь общие технические и экономические характеристики нового оборудования, технологии, сырья и материалов, выпускаемой продукции): • проектный; • модернизации; • предварительный; • инновационный.		УК-6
	Ответ:	предварительный;	
3	Горизонт планирования - это: • срок составления бизнес-плана; • область применения бизнес-плана; • время, затраченное на планирование; • срок, на который осуществляется прогноз.		УК-6
	Ответ:	срок, на который осуществляется прогноз.	
4	Факторы, влияющие на горизонт планирования: • тип бизнес-плана, срок реализации бизнес-идей, необходимый объем инвестиций, срок возврата инвестиций, достоверность исходных данных, специфические особенности проекта, исходные данные для составления прогноза; • тип бизнес-плана, срок реализации бизнес-плана; • достоверность исходных данных, специфические особенности проекта, исходные данные для составления прогноза. • стратегические планы развития машиностроительных видов деятельности страны		УК-6
	Ответ:	тип бизнес-плана, срок реализации бизнес-идей, необходимый объем инвестиций, срок возврата инвестиций, достоверность исходных данных, специфические особенности проекта, исходные данные для составления прогноза;	

5	Бизнес-план, основанный на планировании нововведения: • предварительный; • инновационный; • модернизации; • стратегический. <table><tr><td>Ответ:</td><td>инновационный;</td></tr></table>	Ответ:	инновационный;	УК-6																																
Ответ:	инновационный;																																			
6	Проведите сопоставление маркетинговых стратегий с определениями. Стратегии: 1. диверсификация, 2.расширение границ рынка, 3.проникновение на рынок, 4.разработка товара. Определения: а) фирма стремится увеличить объём продаж имеющихся товаров на существующих рынках посредством использования ценовых и неценовых методов стимулирования, активизации рекламной деятельности; б) фирма выпускает новые модели товара, улучшает его качество или модифицирует товары для существующих рынков; в) фирма выпускает новые товары, ориентированные на новые рынки; фирма расширяет сферу деятельности; г) фирма развивает рынок, осваивает новые сегменты, меняет географию рынков, предлагая имеющийся товар. Проведите сопоставление маркетинговых стратегий с определениями. Стратегии: 1. диверсификация, 2.расширение границ рынка, 3.проникновение на рынок, 4.разработка товара. Определения: а) фирма стремится увеличить объём продаж имеющихся товаров на существующих рынках посредством использования ценовых и неценовых методов стимулирования, активизации рекламной деятельности; б) фирма выпускает новые модели товара, улучшает его качество или модифицирует товары для существующих рынков; в) фирма выпускает новые товары, ориентированные на новые рынки; фирма расширяет сферу деятельности; г) фирма развивает рынок, осваивает новые сегменты, меняет географию рынков, предлагая имеющийся товар. <table><tr><td>Ответ:</td><td>1 – б; 2 – а; 3 – г; 4 - в</td></tr></table>	Ответ:	1 – б; 2 – а; 3 – г; 4 - в	ПК-3																																
Ответ:	1 – б; 2 – а; 3 – г; 4 - в																																			
7	Приведите в правильное соответствие состояние спроса и тип маркетинга: <table><tr><td>1. Потенциальный</td><td>А. Ремаркетинг</td></tr><tr><td>2 Негативный</td><td>Б. Поддерживающий</td></tr><tr><td>3. Отсутствующий</td><td>В. Развивающий</td></tr><tr><td>4.Снижающийся</td><td>Г. Контрмаркетинг</td></tr><tr><td>5. Колеблющийся</td><td>Д. Конверсионный</td></tr><tr><td>6.Полный</td><td>Е. Стимулирующий</td></tr><tr><td>7. Чрезмерный</td><td>Ж. Демаркетинг</td></tr><tr><td>8. Иррациональный</td><td>З. Синхромаркетинг</td></tr></table> Приведите в правильное соответствие состояние спроса и тип маркетинга: <table><tr><td>1. Потенциальный</td><td>А. Ремаркетинг</td></tr><tr><td>2 Негативный</td><td>Б. Поддерживающий</td></tr><tr><td>3. Отсутствующий</td><td>В. Развивающий</td></tr><tr><td>4.Снижающийся</td><td>Г. Контрмаркетинг</td></tr><tr><td>5. Колеблющийся</td><td>Д. Конверсионный</td></tr><tr><td>6.Полный</td><td>Е. Стимулирующий</td></tr><tr><td>7. Чрезмерный</td><td>Ж. Демаркетинг</td></tr><tr><td>8. Иррациональный</td><td>З. Синхромаркетинг</td></tr></table> <table><tr><td>Ответ:</td><td>1 – е; 2 – ж; 3 - д; 4- б; 5 – а; 6 – з; 7- г</td></tr></table>	1. Потенциальный	А. Ремаркетинг	2 Негативный	Б. Поддерживающий	3. Отсутствующий	В. Развивающий	4.Снижающийся	Г. Контрмаркетинг	5. Колеблющийся	Д. Конверсионный	6.Полный	Е. Стимулирующий	7. Чрезмерный	Ж. Демаркетинг	8. Иррациональный	З. Синхромаркетинг	1. Потенциальный	А. Ремаркетинг	2 Негативный	Б. Поддерживающий	3. Отсутствующий	В. Развивающий	4.Снижающийся	Г. Контрмаркетинг	5. Колеблющийся	Д. Конверсионный	6.Полный	Е. Стимулирующий	7. Чрезмерный	Ж. Демаркетинг	8. Иррациональный	З. Синхромаркетинг	Ответ:	1 – е; 2 – ж; 3 - д; 4- б; 5 – а; 6 – з; 7- г	ПК-3
1. Потенциальный	А. Ремаркетинг																																			
2 Негативный	Б. Поддерживающий																																			
3. Отсутствующий	В. Развивающий																																			
4.Снижающийся	Г. Контрмаркетинг																																			
5. Колеблющийся	Д. Конверсионный																																			
6.Полный	Е. Стимулирующий																																			
7. Чрезмерный	Ж. Демаркетинг																																			
8. Иррациональный	З. Синхромаркетинг																																			
1. Потенциальный	А. Ремаркетинг																																			
2 Негативный	Б. Поддерживающий																																			
3. Отсутствующий	В. Развивающий																																			
4.Снижающийся	Г. Контрмаркетинг																																			
5. Колеблющийся	Д. Конверсионный																																			
6.Полный	Е. Стимулирующий																																			
7. Чрезмерный	Ж. Демаркетинг																																			
8. Иррациональный	З. Синхромаркетинг																																			
Ответ:	1 – е; 2 – ж; 3 - д; 4- б; 5 – а; 6 – з; 7- г																																			

8	Приведите в правильное соответствие описание разделов бизнес-плана: 1.Описание продукции, характер бизнеса А. Ключевые преимущества организации и ее продукции 2.Анализ рынка, оценка конкурентов Б.Перспективность рынка, его количественные характеристики (емкость рынка, доля рынка) 3. План маркетинга В. Основные предлагаемые мероприятия, перечень затрат на маркетинг, объем продаж 4.Производственный план Г.Планируемый объем производства, преимущества, которые есть у организации в связи с используемой технологией (оборудованием) 5.Финансовый план Д.Характеристики проекта, такие как прибыль, срок окупаемости, чистый дисконтированный доход и т. д.; необходимый объем инвестиций по проекту Приведите в правильное соответствие описание разделов бизнес-плана: 1.Описание продукции, характер бизнеса А. Ключевые преимущества организации и ее продукции 2.Анализ рынка, оценка конкурентов Б.Перспективность рынка, его количественные характеристики (емкость рынка, доля рынка) 3. План маркетинга В. Основные предлагаемые мероприятия, перечень затрат на маркетинг, объем продаж 4.Производственный план Г.Планируемый объем производства, преимущества, которые есть у организации в связи с используемой технологией (оборудованием) 5.Финансовый план Д.Характеристики проекта, такие как прибыль, срок окупаемости, чистый дисконтированный доход и т. д.; необходимый объем инвестиций по проекту		ПК-3
	Ответ:	1 – а; 2 – б; 3 – в; 4 – г; 5 - д	
9	1. Последовательность этапов реализации маркетинговых мероприятий а) составление бюджета маркетинга б) применение маркетингового микса (4Р) в) выбор целевого сегмента г) реализация и контроль д) разработка плана маркетинга (цели, позиционирование, тактика) 1. Последовательность этапов реализации маркетинговых мероприятий а) составление бюджета маркетинга б) применение маркетингового микса (4Р) в) выбор целевого сегмента г) реализация и контроль д) разработка плана маркетинга (цели, позиционирование, тактика)		ПК-3
	Ответ:	: д – а – в - б- г	
10	Укажите правильную последовательность стадий, Основные этапы конкурентного анализа: А) определение границ рынка или сегмента, для которого будет проводиться конкурентный анализ; Б) выявление перечня организаций, работающих на рынке; В) сбор информации об организациях, объеме их продаж, используемых стратегиях и т. д.; Г) приведение исходной информации к сопоставимому виду; Д) расчет характеристик, отражающих состояние рынка; Е) построение таблицы рыночных долей; Ж) расчет показателей и оценка степени монополизации рынка; З) выявление типовых стратегических положений организаций на рынке Укажите правильную последовательность стадий, Основные этапы конкурентного анализа: А) определение границ рынка или сегмента, для которого будет проводиться конкурентный анализ; Б) выявление перечня организаций, работающих на рынке; В) сбор информации об организациях, объеме их продаж, используемых стратегиях и т. д.; Г) приведение исходной информации к сопоставимому виду; Д) расчет характеристик, отражающих состояние рынка; Е) построение таблицы рыночных долей; Ж) расчет показателей и оценка степени монополизации рынка; З) выявление типовых стратегических положений организаций на рынке		ПК-3
	Ответ:	а - б - в – г – д – е – ж - з	
11	Горизонт планирования - это: срок, на который осуществляется прогноз Горизонт планирования - это: срок, на который осуществляется прогноз		ПК-3
	Ответ:	Горизонт планирования - это: срок, на который осуществляется прогноз	
12	Факторы, влияющие на горизонт планирования: тип бизнес-плана, срок реализации бизнес-идей, необходимый объем инвестиций, срок возврата инвестиций, достоверность исходных данных, специфические особенности проекта, исходные данные для составления прогноза Факторы, влияющие на горизонт планирования: тип бизнес-плана, срок реализации бизнес-идей, необходимый объем инвестиций, срок возврата инвестиций, достоверность исходных данных, специфические особенности проекта, исходные данные для составления прогноза		ПК-3
	Ответ:	Факторы, влияющие на горизонт планирования: тип бизнес-плана, срок реализации бизнес-идей, необходимый объем инвестиций, срок возврата инвестиций, достоверность исходных данных, специфические особенности проекта, исходные данные для составления прогноза	
13	Бизнес-план, основанный на планировании нововведения: инновационный; Бизнес-план, основанный на планировании нововведения: инновационный;		ПК-3
	Ответ:	Бизнес-план, основанный на планировании нововведения: инновационный;	

14	Бизнес-план, который разрабатывается в случае встраивания новых элементов в уже существующий технологический процесс и, соответственно, при составлении которого нельзя пренебрегать существующими экономико-технологическими связями: модернизации; Бизнес-план, который разрабатывается в случае встраивания новых элементов в уже существующий технологический процесс и, соответственно, при составлении которого нельзя пренебрегать существующими экономико-технологическими связями: модернизации;		ПК-3
	Ответ:	модернизации;	
15	Часть бизнес-плана, которая занимает до 40% его объема и является наиболее важной. В ней не только описывается коммерческая состоятельность проекта, но обосновываются все цифры, которые впоследствии должны быть использованы в финансовых расчетах в качестве первичных или исходных данных: аналитическая часть Часть бизнес-плана, которая занимает до 40% его объема и является наиболее важной. В ней не только описывается коммерческая состоятельность проекта, но обосновываются все цифры, которые впоследствии должны быть использованы в финансовых расчетах в качестве первичных или исходных данных: аналитическая часть		ПК-3
	Ответ:	аналитическая часть	
16	Проведите сопоставление элементов маркетинговой политики с определениями. Виды политики и определения: 1. Товарно-ассортиментная политика: А.обоснование товарного ассортимента; описание жизненного цикла товара. 2. Сбытовая политика: Б.схемы распространения товара; характеристика основных посредников; послепродажное обслуживание. 3. Ценовая политика: В.стратегия ценообразования; методы определения цен. 4. Коммуникационная политика организации: реклама; методы стимулирования продаж; личные продажи. Проведите сопоставление элементов маркетинговой политики с определениями. Виды политики и определения: 1. Товарно-ассортиментная политика: А.обоснование товарного ассортимента; описание жизненного цикла товара. 2. Сбытовая политика: Б.схемы распространения товара; характеристика основных посредников; послепродажное обслуживание. 3. Ценовая политика: В.стратегия ценообразования; методы определения цен. 4. Коммуникационная политика организации: реклама; методы стимулирования продаж; личные продажи.		УК-6
	Ответ:	1- а; 2 –б; 3- в; 4- г	
17	Приведите в правильное соответствие описание методов прогнозирования: 1. Статистический метод прогнозирования А.основан на экстраполяции тенденций предшествующего периода с учетом их возможных изменений в прогнозном периоде. Метод применим только в действующих организациях, имеющих статистику соответствующих показателей за прошедшие годы. Он достаточно прост и эффективен, если за весь период прогнозирования не ожидается резких изменений во внешней и внутренней среде организации по сравнению с предшествующими годами. 2. Метод экспертных оценок Б.предполагает изучение мнений высококвалифицированных специалистов, менеджеров по сбыту, маркетологов, прогнозистов, аналитиков. Он особенно полезен и достоверен при прогнозировании объемов продаж отдельных видов основных товаров наиболее значимым клиентам. 3. Прогнозирование по методу безубыточности В.чаще применяется новыми организациями Приведите в правильное соответствие описание методов прогнозирования: 1. Статистический метод прогнозирования А.основан на экстраполяции тенденций предшествующего периода с учетом их возможных изменений в прогнозном периоде. Метод применим только в действующих организациях, имеющих статистику соответствующих показателей за прошедшие годы. Он достаточно прост и эффективен, если за весь период прогнозирования не ожидается резких изменений во внешней и внутренней среде организации по сравнению с предшествующими годами. 2. Метод экспертных оценок Б.предполагает изучение мнений высококвалифицированных специалистов, менеджеров по сбыту, маркетологов, прогнозистов, аналитиков. Он особенно полезен и достоверен при прогнозировании объемов продаж отдельных видов основных товаров наиболее значимым клиентам. 3. Прогнозирование по методу безубыточности В.чаще применяется новыми организациями для оценки новых видов деятельности. Он позволяет предвосхитить точку безубыточности продаж определенного объема продукции, при которой затраты полностью возмещаются выручкой от продаж.		УК-6
	Ответ:	Ответ: 1 – а; 2- б; 3-в	

18	Приведите в правильное соответствие описание производственных процессов - могут быть основными и вспомогательными. 1. Основные производственные процессы А. непосредственно связаны с превращением сырья в продукцию или с выполнением работы по изготовлению продукции. 2. Вспомогательные (обеспечивающие) производственные процессы Б. это процессы, способствующие выполнению основных. Фактически вспомогательные бизнес-процессы снабжают ресурсами всю деятельность организации. По своей сути они являются затратными, так как сами не создают стоимости. Однако их использование необходимо для существования организации в целом. К вспомогательным относят такие процессы, как подготовка кадров, обеспечение связью, ремонт оборудования, складирование продукции и т. д. 3. Приведите в правильное соответствие описание производственных процессов - могут быть основными и вспомогательными. 1. Основные производственные процессы А. непосредственно связаны с превращением сырья в продукцию или с выполнением работы по изготовлению продукции. 2. Вспомогательные (обеспечивающие) производственные процессы Б. это процессы, способствующие выполнению основных. Фактически вспомогательные бизнес-процессы снабжают ресурсами всю деятельность организации. По своей сути они являются затратными, так как сами не создают стоимости. Однако их использование необходимо для существования организации в целом. К вспомогательным относят такие процессы, как подготовка кадров, обеспечение связью, ремонт оборудования, складирование продукции и т. д.	УК-6
	Ответ: 1 – а; 2- б;	
19	Последовательность этапов реализации производственного процесса в рамках бизнес-плана: 1. Определить, какие виды продукции (работ, услуг) будут производиться в организации в планируемый период. 2. Определить, какие производственные операции необходимы для создания указанных выше видов продукции (выполнения работ, оказания услуг). 3. Выявить потребность в основном оборудовании, необходимом для производства продукции (выполнения работ, оказания услуг). 4. Рассчитать производственную мощность единицы оборудования. 5. Составить производственную программу выпуска продукции (выполнения работ, оказания услуг). Последовательность этапов реализации производственного процесса в рамках бизнес-плана: 1. Определить, какие виды продукции (работ, услуг) будут производиться в организации в планируемый период. 2. Определить, какие производственные операции необходимы для создания указанных выше видов продукции (выполнения работ, оказания услуг). 3. Выявить потребность в основном оборудовании, необходимом для производства продукции (выполнения работ, оказания услуг). 4. Рассчитать производственную мощность единицы оборудования. 5. Составить производственную программу выпуска продукции (выполнения работ, оказания услуг).	УК-6
	Ответ: 1-2-3-4-5	
20	Бизнес-план, который не требует проработки до тонкостей всех деталей и обычно выполняется для определения направлений развития корпораций, банковских учреждений, экономических регионов и территорий: стратегический; Бизнес-план, который не требует проработки до тонкостей всех деталей и обычно выполняется для определения направлений развития корпораций, банковских учреждений, экономических регионов и территорий: стратегический;	УК-6
	Ответ: стратегический;	
21	Укажите правильную последовательность стадий покупки технологии предусматривает: 1. выбор наиболее подходящей для организации технологии и продавца; 2. затраты на покупку лицензии; 3. определение сроков и условий приобретения и передачи технологии; 4. адаптацию технологии к уже имеющемуся оборудованию; 5. обучение и аттестацию персонала. Ответ: 1-2-3-4-5 Укажите правильную последовательность стадий покупки технологии предусматривает: 1. выбор наиболее подходящей для организации технологии и продавца; 2. затраты на покупку лицензии; 3. определение сроков и условий приобретения и передачи технологии; 4. адаптацию технологии к уже имеющемуся оборудованию; 5. обучение и аттестацию персонала.	УК-6
	Ответ: Ответ: 1-2-3-4-5	
22	Бизнес-планы, которые формируются на разных стадиях проработки проекта, подразделяются: на предварительный и окончательный Бизнес-планы, которые формируются на разных стадиях проработки проекта, подразделяются: на предварительный и окончательный	УК-6
	Ответ: на предварительный и окончательный	

23	Бизнес-план, который выполняется на основе строго определенного технического проекта, заключенных контрактов (или протоколов о намерениях, в которых оговорены цены и другие важные условия исполнения будущих контрактов) на поставку оборудования, сырья, материалов и реализацию готовой продукции: окончательный Бизнес-план, который выполняется на основе строго определенного технического проекта, заключенных контрактов (или протоколов о намерениях, в которых оговорены цены и другие важные условия исполнения будущих контрактов) на поставку оборудования, сырья, материалов и реализацию готовой продукции:		УК-6
	Ответ:	окончательный	
24	Какой раздел бизнес-плана содержит данные о квалификации и опыте ключевого персонала, организационной структуре, форме хозяйствования - организационный план Какой раздел бизнес-плана содержит данные о квалификации и опыте ключевого персонала, организационной структуре, форме хозяйствования -		ПК-3, УК-6
	Ответ:	- организационный план	
25	Производственная мощность — это важнейший показатель плана производства. Производственная мощность — максимально возможный выпуск продукции, которая может быть изготовлена в течение определенного времени (обычно за год) при нормальном протекании производственного процесса. Различают номинальную и максимальную производственную мощность Производственная мощность — это важнейший показатель плана производства. Производственная мощность — максимально возможный выпуск продукции, которая может быть изготовлена в течение определенного времени (обычно за год) при нормальном протекании производственного процесса. Различают: _____ производственную мощность		УК-6
	Ответ:	номинальную и максимальную	
26	Раздел бизнес-плана, в котором определяется производственная мощность, закупка сырья, материалов, комплектующих, где будут изготавливаться товары: • план производства; • финансовый план; • план маркетинга; • резюме.		ПК-3
	Ответ:	план производства;	
27	Раздел бизнес-плана, в котором необходимо выявить, каковы будут доходы от продаж и прибыль за первый и последующие годы, как много потребуется сделать инвестиций для поддержания дела в рассматриваемом периоде: • план маркетинга; • финансовый план; • план производства; резюме • план маркетинга; • финансовый план; • план производства; • резюме		ПК-3
	Ответ:	финансовый план;	
28	Раздел бизнес-плана, в котором необходимо отразить методы определения цен, сумму распространения товара, уровень рентабельности на вложенный капитал, разработать вопросы о качестве и дизайне продукции: • план производства; • оценка риска; • план маркетинга; • финансовый план. Раздел бизнес-плана, в котором необходимо отразить методы определения цен, сумму распространения товара, уровень рентабельности на вложенный капитал, разработать вопросы о качестве и дизайне продукции:		УК-6, ПК-3
	Ответ:	• план маркетинга;	
29	Раздел бизнес-плана, в котором необходимо указать, кто является крупнейшим производителем аналогичных товаров, как у них обстоят дела с объектами продаж, доходами, привлечением новых людей, сервисом, что собой представляет их продукция, каков у них уровень цен: • план маркетинга; • оценка риска; • финансовый план; • конкуренция на рынке.		ПК-3
	Ответ:	конкуренция на рынке.	

30	Бизнес-план выполняет следующие функции: • основа для разработки концепции ведения бизнеса; инструмент оценки фактических результатов деятельности компании; средство привлечения инвестиций; средство формирования команды; • расширение рынков сбыта; основа для разработки концепции ведения бизнеса; формирование определенного круга потребителей; • средство привлечения инвестиций; средство формирования команды; • расширение рынков сбыта; основа для разработки концепции ведения бизнеса; получение прибыли.	ПК-3
	Ответ: основа для разработки концепции ведения бизнеса; инструмент оценки фактических результатов деятельности компании; средство привлечения инвестиций; средство формирования команды;	

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Зачет второй семестр

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Бизнес-план — это Бизнес-план — это основной документ, определяющий и регулирующий предпринимательскую деятельность организации (предприятия).	Ответ: Он разрабатывается и постоянно корректируется в процессе бизнес-планирования. Главная цель разработки бизнес-плана — определить основные направления предпринимательской деятельности организации на отдаленные (стратегические бизнес-планы) и ближайшие периоды времени (текущие бизнес-планы) в соответствии с потребностями и возможностями приобретения необходимых ресурсов. Сущность и специфика бизнес-планов обусловлены своеобразной природой самого объекта бизнес-планирования — предпринимательства.	ПК-3, УК-6
2	Конкретные цели разработки бизнес-плана Конкретные цели разработки бизнес-плана могут быть различными:	Ответ: Конкретные цели разработки бизнес-плана могут быть различными: • обоснование потребности в инвестициях; • привлечение партнеров; • контракты с персоналом; • реструктуризация деятельности организации; • расширение и модернизация производства; • завоевание новых рынков сбыта и дальнейшее освоение «традиционных»; • существенное обновление ассортимента выпускаемой продукции, выполняемых работ, оказываемых услуг; • резкое повышение качества продукции (работ, услуг); • сокращение сроков изготовления заказов; • уменьшение затрат на производство, снижение себестоимости продукции (работ, услуг); • снижение отпускных цен на продукцию (работы, услуги); • улучшение условий труда; • совершенствование системы оплаты, мотивации и стимулирования труда работников организации; • разработка комплексной системы формирования, совершенствования кадрового потенциала организации путем оптимизации ее профессионально-кадрового состава и структуры, повышения квалификации, подготовки и переподготовки кадров; • повышение экологической чистоты и безопасности производственных процессов, уменьшение негативного влияния на природу и окружающую среду	ПК-3, , , УК-6
3	В зависимости от объема и степени детализации содержащейся в бизнес-плане информации различают следующие его виды: В зависимости от объема и степени детализации содержащейся в бизнес-плане информации различают следующие его виды:	Ответ: В зависимости от объема и степени детализации содержащейся в бизнес-плане информации различают следующие его виды: • полный; • достаточный; • резюме. Полный бизнес-план (с вариациями и необходимыми изменениями) хранится у руководителя организации и представляется наиболее влиятельным партнерам, инвесторам. Достаточный бизнес-план содержит лишь основные расчеты и показатели по окончательному варианту бизнес-плана и не включает, как правило, все дополнительные расчеты и обоснования. Резюме — это краткое изложение содержания основных разделов бизнес-плана. В нем представляются лишь выводы по разделам этого документа.	ПК-3
4	Бизнес-планирование — это организационно и логически упорядоченный процесс Бизнес-планирование — это организационно и логически упорядоченный процесс сбора и обработки информации, необходимой для обоснования управленческих решений по становлению и развитию предпринимательской деятельности конкретного вида и масштаба в соответствующем сегменте рынка с целью получения стабильной и достаточной прибыли.		УК-6

	Ответ: Бизнес-планирование — это организационно и логически упорядоченный процесс сбора и обработки информации, необходимой для обоснования управленческих решений по становлению и развитию предпринимательской деятельности конкретного вида и масштаба в соответствующем сегменте рынка с целью получения стабильной и достаточной прибыли. В самом общем виде планирование — это процесс разработки комплекса мер, обеспечивающих постепенный переход объекта планирования из одного качественного состояния в другое, более эффективное, высокоразвитое, совершенное. Планирование предпринимательской деятельности означает обоснование мероприятий, обеспечивающих поддержание и усиление конкурентных преимуществ объекта планирования. Бизнес-планирование — одна из функций управления. Она основана на следующих принципах: целенаправленность; оптимальность; реальность; обоснованность; гибкость; динамичность; преемственность; правомерность; комплексность и системность. Планирование бизнеса не является единовременным действием, это — процесс. Он не может быть завершённым, законченным, так как постоянно изменяется сам объект планирования и внешняя среда его функционирования. Поэтому бизнес-план постоянно нуждается в корректировке и обновлении. Однако наступает момент реальных действий, что обуславливает необходимость принятия наиболее оптимального варианта бизнес-плана. Но в ходе его реализации (выполнения) в силу внутренних и внешних условий существования бизнеса в него необходимо вносить соответствующие изменения.	
5	Стратегическое бизнес-планирование Стратегическое бизнес-планирование направлено на обоснование долгосрочных целей функционирования организации. Ответ: Стратегическое бизнес-планирование направлено на обоснование долгосрочных целей функционирования организации. Стратегия развития бизнеса предусматривает три возможных варианта типовых прогнозируемых ситуаций на рынке продаж планируемой продукции (работ, услуг) [4]: • какой вид продукции (работ, услуг) на прогнозируемом рынке не будет востребован и его не следует далее производить; • производство какого вида продукции (работ, услуг) следует продолжить; • в какой иной вид бизнеса целесообразнее вложить имеющиеся (или заемные) средства.	ПК-3, УК-6
6	Тактическое бизнес-планирование Тактическое бизнес-планирование развития бизнеса рассчитано на более короткий срок — один год и менее — и является уточненным вариантом планирования стратегического. Ответ: Тактическое бизнес-планирование развития бизнеса рассчитано на более короткий срок — один год и менее — и является уточненным вариантом планирования стратегического. Разновидностью тактического бизнес-планирования является текущее планирование в пределах года, квартала. Оно нацелено на решение конкретных производственно-коммерческих проблем, постоянно возникающих во внешней и внутренней среде функционирования организации и ее отдельных структур. В мировой и отечественной практике бизнес-планирования сформировались два подхода к разработке системы плановых заданий и соответствующих показателей: планирование «сверху» и планирование «снизу». В первом случае вышестоящие структуры распределяют планируемые объемы работ между нижестоящими подразделениями и контролируют их выполнение. Во втором — нижестоящие структуры (подразделения, сотрудники) на основе полученных целевых установок, ориентиров, рекомендаций определяют свои производственные возможности по выпуску востребованной на рынке продукции конкретного ассортимента, качества и в согласованные с заказчиком сроки. Инициативные предложения снизу нацелены в конечном итоге на решение общей задачи развития конкурентоспособного бизнеса в рамках данной конкретной организации. Наиболее оптимальным вариантом разработки бизнес-плана организации является рациональное сочетание элементов двух подходов: «сверху» и «снизу». Такой порядок разработки бизнес-плана сочетает контроль вышестоящих структур организации, разрабатывающих конкретные планы для отдельных бизнес-производств, бизнес-линий и видов продукции, востребованных рынком, с инициативой работников всех подразделений организации.	ПК-3, УК-6
7	Источниками внутренней информации Источниками внутренней информации являются: Ответ: Источниками внутренней информации являются: • бухгалтерские, финансовые, статистические и другие отчетные документы организации; • организационно-распорядительные документы (приказы, распоряжения, инструкции), а также нормы и нормативы; • опросные листы, анкеты, заполненные сотрудниками организации; • созданные в организации информационные системы, содержащие достаточно обширную и разнообразную информацию, предопределяющие качество планирования предпринимательской деятельности.	ПК-3
8	Источниками возникновения бизнес-идей Источниками возникновения бизнес-идей могут быть:	УК-6

	Ответ: Источниками возникновения бизнес-идей могут быть: • отзывы потребителей о приобретенной ими продукции, их пожелания, требования, советы, информация о неудовлетворенных потребностях; • рекомендации коллег, работников маркетинговой службы и других структур самой организации; • исследовательские организации, вузы, университеты; • публикации в печати, отечественной и зарубежной; • результат исследований, выполненных в лабораториях и технических отделах; • продукция конкурентов; • официальная информация федеральных, региональных и муниципальных органов. Особую значимость для становления и развития бизнеса имеют инновационные бизнес-идеи. Здесь возможны два варианта: бизнес-идея может предлагать новый продукт (услугу) или новый способ изготовления уже существующего продукта. Жизнеспособность идей определяется не только новизной предлагаемого продукта и прогрессивностью способа его изготовления, она должна сопровождаться снижением затрат на удовлетворение данной конкретной потребности у потенциального покупателя.	
9	Инвестиционный бизнес-проект Инвестиционный бизнес-проект — это документ, в котором представлено целенаправленное изменение системы в течение определенного периода времени, п Ответ: Инвестиционный бизнес-проект — это документ, в котором представлено целенаправленное изменение системы в течение определенного периода времени, при использовании ограниченного объема ресурсов, характеризуемого конкретными качественными и количественными показателями. Процесс разработки и реализации бизнес-проекта представляет собой четко организованную процедуру, состоящую из конкретных последовательно выполняемых операций. Включенное в определение бизнес-проекта понятие «система» означает совокупность взаимосвязанных разделов, подразделов, задач, показателей, ресурсов и источников их получения.	ПК-3
10	Типовой состав бизнес-плана Типовой состав бизнес-плана организации: Ответ: Типовой состав бизнес-плана организации: 1) резюме бизнес-плана; 2) анализ рынка, оценка конкурентов; 3) описание продукции, характер бизнеса; 4) план маркетинга; 5) производственный план; 6) организационный план; 7) план риска; 8) финансовый план. В зависимости от конкретных целей разработки бизнес-плана и специфики деятельности организации его руководство может уточнять приведенную структуру этого документа.	ПК-3

7.1. Уровни овладения

Компетенция: УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

Индикатор достижения компетенции: УК-6.2 Реализует приоритеты собственной деятельности и корректирует их в целях совершенствования.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Компетенция: ПК-3 Способен управлять ключевыми экономическими показателями деятельности предприятия.

Индикатор достижения компетенции: ПК-3.2 Разрабатывает варианты управленческих решений на основе проведения мониторинга финансово-экономических показателей деятельности предприятия.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование: учебник для вузов / А. М. Лопарева. - 4-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 272 с - 978-5-534-08683-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/587449> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

2. Проектирование бизнес-экосистем: учебник для вузов / А. Н. Асаул, М. А. Асаул, Н. А. Асаул, С. В. Зайцев, Н. С. Зайцев. - Москва: Юрайт, 2026. - 230 с - 978-5-534-20135-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/590333> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. GR. Взаимодействие бизнеса и органов власти: учебник и практикум для вузов / Е. И. Марковская, А. В. Луссе, А. А. Медведь [и др.] - 4-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 392 с - 978-5-534-19006-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584032> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. <https://ac.hse.ru/> - Аналитический центр Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)

Ресурсы «Интернет»

1. <http://www.pravo.gov.ru/ips/> - Информационно-правовая система «Законодательство России»

2. <https://национальныепроекты.рф> - Национальные проекты России

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. Microsoft Excel;
2. ПК БИЗНЕС АНАЛИТИК;
3. Marketing-Expert;

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения