Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 01.10.2026 22:53:52
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 7
к образовательной программе

Методические рекомендации для выполнения курсовой работы по дисциплине «Бизнес-планирование»

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Менеджмент непроизводственной сферы
(наименование образовательной программы)

Бакалавр
(квалификация)

Очная/очно-заочная
(форма обучения)

Год набора - 2026

Донецк

УДК 371.214.(076.6)
ББК Ч448я81
М 54

Методические рекомендации по выполнению курсовой работы для обучающихся 3 курса программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, образовательной программы
«Менеджмент непроизводственной сферы», всех форм обучения / Донецкий филиал РАНХиГС, Кафедра менеджмента непроизводственной сферы; сост. А.О. Жукова. – Донецк : Донецкий филиал РАНХиГС, 2026. – 70 с.

Методические рекомендации составлены в соответствии с рабочей программой дисциплины
«Бизнес - планирование». В методических рекомендациях изложены требования к содержанию и оформлению курсовых работ, приведен материал для оформления таблиц, графиков, формул, а также прописана процедуразащиты курсовой работы

УДК 71.214(076.6)
ББК Ч448я81

©Жукова А.О., составитель, 2026
© Донецкий филиал РАНХиГС, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ..... …….4
1. Общие положения, цели и задачи курсовой работы…….5
2. Примерная тематика курсовых работ и руководство……7
3. Порядок подготовки и защиты курсовой работы …….8
4.Структура курсовой работы ……11
5.Оформление курсовой работы ……13
6. Структура и содержание курсовой работы…….21
7. Критерии оценки качества выполнения.....59
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....63
ПРИЛОЖЕНИЯ…….65

ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Бизнес-планирование» помогает обучающимся рассмотреть стратегию, сравнить желания с возможностями, осознавать ограничения, которые существуют. Таким образом, знание в данном направлении имеет важное значение в подготовке современных специалистов в области управления, экономики и финансов.

В основе управления бизнесом лежит разработка стратегии, ее адаптация к специфике компании и реализация. Процесс выработки стратегии основывается на тщательном изучении всех возможных направлений развития и деятельности и заключается в выборе общего направления, осваиваемых рынков, обслуживаемых потребностей, методов конкуренции, привлекаемых ресурсов и специфики бизнеса. Другими словами, стратегия означает выбор компанией пути развития, рынков, методов конкуренции и ведения бизнеса.

Стратегия определяет методы конкуренции и ведения бизнеса компании, а бизнес-план на основании показателей прибыли и издержек, получаемых в результате применения данной стратегии, обеспечивает жизнеспособность компании. Длительный срок работы в своей сфере бизнеса и стабильная удовлетворительная прибыль говорит о наличии у компании успешного бизнес- плана, подтверждающей рентабельность и жизнеспособность ее стратегии. Методические рекомендации содержат требования для написания курсовой, содержание каждой главы, контрольные вопросы к каждой главе, примеры таблиц для информации по главам.

Целью является изучение основных концептуальных и методических подходов, объясняющих и регулирующих механизмы планирования производственных процессов на предприятии, а также проблемных вопросов использования инструментов бизнес-планирования для регулирования производственных систем хозяйствующих субъектов, а также освоение

профессиональных компетенций.

1. Общие положения, цели и задачи курсовой работы

Представленные Методические рекомендации по подготовке и защите курсовой работы разработаны на основе Положения о курсовой работе (проекте) в Донецком филиале РАНХиГС, который устанавливает порядок подготовки и защиты курсовых работ (далее вместе - курсовая работа) обучающимися, осваивающими в Донецком институте управления - филиале федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» образовательные программы высшего образования - программы бакалавриата и программы магистратуры (далее - Донецкий филиал РАНХиГС, образовательные программы), а также требования к их структуре и оформлению.

Современная хозяйственная деятельность характеризуется рядом признаков, среди которых следует выделить: усиление конкурентной борьбы между национальными и зарубежными производителями; появление в предпринимательстве новых видов рисков, связанных как с экономической, так и с социальной и политической составляющей; колебания финансовых рынков, а также их периодичность, что приводит к изменению скорости и направления движения финансовых средств. Все перечисленные признаки становятся предпосылками для обеспечения эффективного функционирования хозяйствующих субъектов. Это достигается путем формирования конкурентоспособного бизнес-плана.

Курсовая работа по дисциплине «Бизнес-планирование» заключается в разработке бизнес-плана предприятия и проводится с целью закрепления знаний, полученных студентами во время обучения и их применение к решению практических задач по созданию новых предприятий, открытия собственного бизнеса, оценки перспективы выхода на внешние

рынки, оценки целесообразности выпуска нового продукта, и др. Курсовая работа как независимое исследование и развитие студента должна определить уровень общенаучной и специальной подготовки студента, его способность применять полученные знания при решении конкретных проблем. Студент имеет право выбрать тему курсовой работы из числа предложенных или предложить тему с обоснованием ее развития. При написании курсовой работы, студенты должны показать достаточный уровень теоретических знаний и практических навыков из многих дисциплин, а именно: «Бизнес-планирование», «Маркетинг», «Экономика предприятия», «Менеджмент организаций», «Управление персоналом», и уметь навыки применения этих знания в исследовании рынка, изучении конкурентов, расчет финансовых показателей и эффективности проекта, обоснование организационной структуры предприятия, найма сотрудников.

Таким образом, выполнение курсовой работы, в которой рассматриваются бизнес-планы предприятий, может быть формой контроля знаний студентов по дисциплине «Бизнес-планирование».

Под курсовой работой понимается законченное самостоятельное исследование, направленное на углублённое изучение, анализ и теоретическое осмысление конкретной проблемы или темы в рамках образовательной программы. Оценивание результатов курсовой работы осуществляется при проведении промежуточной аттестации обучающихся (далее - защита курсовой работы.

Выполнение курсовой работы является одним из основных видов самостоятельной работы обучающихся и направленно: на закрепление, углубление и обобщение знаний по изучаемым дисциплинам; развитие профессиональной подготовки; овладение методами научных исследований; формирование навыков решений творческих задач в ходе научного исследования; проектирования по определенной теме. Курсовая работа выполняется в соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса обучающимся самостоятельно под управлением руководителя

курсовой работы, назначаемого кафедрой менеджмента непроизводственной сферы. Преподавателями, осуществляющими руководство работой обучающегося, при необходимости, проводятся консультации, на которых обучающиеся могут задать вопросы по структуре и ходу выполнения работы. Она должна быть подписана обучающимся с указанием даты ее исполнения. Кафедра менеджмента непроизводственной сферы информирует обучающихся о сроках выполнения и сдачи курсовой работы, порядке ее представления для регистрации и процедуре защиты. Курсовая работа, не соответствующая требованиям по качеству и оформлению, не содержащая материалов по конкретному исследованию, обоснованных предложений - к защите не допускается.

2. Примерная тематика курсовых работ и руководство

2.1. Примерная тематика курсовых работ определяется кафедрой и указывается в рабочей программе дисциплины.

2.2. Обучающийся имеет право выбора темы курсовой работы из примерной тематики, а также может предложить свою тему, обосновав целесообразность ее выполнения. Для выбора темы курсовой работы обучающийся подает заявление на имя заведующего кафедрой или руководителя образовательной программы.

2.3. Закрепление за обучающимся темы курсовой работы и назначение руководителя утверждается приказом заведующего кафедрой. Изменение или уточнение темы курсовой работы после издания приказа возможно при наличии согласия руководителя курсовой работы или по инициативе руководителя курсовой работы.

2.4. Сроки выбора тем, их закрепления за обучающимися, а также назначения руководителей утверждаются кафедрой не позднее чем через месяц после начала семестра в соответствии с календарным учебным графиком образовательной программы (как правило, путем размещения в

учебных чатах мессенджера MAX соответствующих академических групп).

2.5. Дублирование тем курсовых работ в пределах одной учебной группы не допускается.

2.6. Руководитель консультирует обучающегося по вопросам планирования исследования, подбора литературы и методики, а также осуществляет систематический контроль за этапами выполнения работы, даёт рекомендации по её содержанию, оценивает качество в соответствии с установленными требованиями и готовит письменный отзыв на курсовую работу.

3. Порядок подготовки и защиты курсовой работы

3.1. Необходимость проведения процедуры проверки работы на наличие плагиата определяется требованиями выпускающей кафедры и регламентируется в зависимости от уровня обучения (семестра), на котором выполняется курсовая работа.

3.2. Для курсовой работы образовательной программы бакалавриата минимальный уровень оригинальности должен составлять **не менее 30%**.

3.3. Проверка осуществляется с использованием информационной системы «Антиплагиат». Лица, ответственные за проверку работ, определяются руководителем структурного подразделения.

3.4. Для проверки обучающиеся самостоятельно осуществляют загрузку курсовой работы через свой личный кабинет в формате PDF. Ответственность за соответствие текста курсовой работы несет обучающийся. В систему загружается полный текст курсовой работы.

3.5. Доступ в личный кабинет предоставляется по учетной записи обучающегося с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: https://my.ranepa.ru.

3.6. Проверка работ, загруженных через личный кабинет, осуществляется с использованием системы «Антиплагиат» в автоматическом

режиме. После проверки система «Антиплагиат» формирует справку о результатах проверки.

3.7. Перед оценкой работы руководитель курсовой работы осуществляет контроль за отсутствием фальсификации результатов проверки. Доступ к системе сотрудниками осуществляется по адресу: ranepa.antiplagiat.ru.

3.8. Лицо, ответственное за проверку работ в соответствующем структурном подразделении, осуществляет выборочную контрольную проверку в системе «Антиплагиат» сдаваемых работ на наличие заимствования, неправомочного заимствования и необоснованного самоцитирования. При этом плановый объем проверяемых работ составляет не менее 15% от общего количества работ за текущий календарный год.

3.9. Порядок подготовки обучающимся курсовой работы включает в себя основные этапы:

- выбор темы;
- составление плана;
- поиск и обработка источников информации;
- подготовка и оформление текста;
- представление курсовой работы руководителю;
- защита.

Кафедрой могут устанавливаться дополнительные этапы подготовки обучающимся курсовой работы.

3.10. Курсовая работа представляется обучающимся руководителю для ее оценки и подготовки отзыва.

3.11. Если представленная курсовая работа (проект) не отвечает установленным требованиям, она возвращается обучающемуся для устранения недостатков.

3.12. Сроки сдачи и защиты курсовой работы определяются кафедрой с учетом календарного учебного графика по образовательной программе и доводятся до сведения обучающихся (как правило, путем размещения в

учебных чатах мессенджера MAX соответствующих академических групп). Процедура сдачи курсовых работ (проектов) сопровождается обязательной фиксацией факта их приема в «Журнале учета сдачи курсовых работ (проектов)».

3.13. Защита курсовой работы проводится в форме публичного выступления обучающегося - краткого доклада (5-7 минут) по теме курсовой работы и ответов обучающегося на вопросы преподавателя(ей). Выступление обучающегося на защите курсовой работы должно: быть четким и лаконичным; демонстрировать понимание освещаемой проблемы; освещать выводы и результаты проведенного исследования. Выступление может сопровождаться презентацией.

3.14. Состав комиссии по защите утверждается кафедрой и включает руководителя образовательной программы, а также преподавателя, ведущего данную дисциплину. В отдельных случаях, по решению заведующего кафедрой, в состав комиссии могут быть включены иные профильные специалисты.

3.15. Защита курсовой работы включается в расписание учебных занятий.

3.16. Неудовлетворительные результаты защиты курсовой работы или непрохождение защиты курсовой работы при отсутствии уважительных причин признаются академической задолженностью.

4. Структура курсовой работы

4.1. Структура курсовой работы включает в себя следующие основные элементы в порядке их расположения:

- титульный лист;
- содержание;
- обозначения и сокращения (при наличии);
- введение;

- основная часть (состоит из глав и параграфов);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости).

4.2. Титульный лист является первой страницей курсовой работы и оформляется по установленной форме (приложение Д).

4.3. В содержании (приложение Г) перечисляются: введение, основная часть (как правило, 2-3 главы и параграфы курсовой работы), заключение, список использованных источников, приложения (при необходимости).

4.4. В структурном элементе «Обозначения и сокращения» приводится перечень особых (не общепринятых) сокращений слов и наименований, использованных в курсовой работе.

4.5. Во введении определяются объект, предмет, цели, задачи и методика исследования, обосновывается актуальность темы исследования, степень ее разработки, а также место и значение в соответствующей области науки или практики, дается анализ источников и литературы. Объем введения не должен превышать 2-3 страницы.

4.6. В основной части работы излагается материал исследования, решаются цели и задачи, поставленные во введении. Содержание работы должно соответствовать и раскрывать тему курсовой работы.

4.7. Заключение - самостоятельная часть курсовой работы. Заключение не должно содержать дублирование содержания основной части. В заключении подводятся итоги теоретической и практической разработки темы, предлагаются обобщения и выводы по теме курсовой работы, формулируются рекомендации и (или) предложения по исследуемой проблеме, решению практической задачи, могут планироваться задачи для дальнейшего исследования темы в выпускной квалификационной работе. Объем заключения не должен превышать 3 страниц.

4.8. Список использованных источников размещается после

заключения. Список использованных источников должен включать изученные и использованные в курсовой работе источники и литературу. Формирование списка предполагает систематизацию и критический отбор публикаций, демонстрирующий аналитические способности обучающегося. Приоритет следует отдавать актуальным научным трудам, опубликованным преимущественно в течение последних 5 лет, что отражает знакомство с современным уровнем разработки исследуемой проблемы. Источники более ранних периодов (нормативные правовые акты, фундаментальные монографии, классические труды) включаются в список при их непосредственной значимости для раскрытия темы. Библиографический список, оформленный в соответствии с установленными стандартами, свидетельствует о степени изученности проблемы, глубине проработки материала и сформированности у обучающегося навыков самостоятельной научно-исследовательской работы.

4.9. В приложения могут включаться связанные с выполненной курсовой работой материалы, не включенные в основную часть: справочные материалы, таблицы, схемы, нормативные документы, образцы документов, инструкции, методики (иные материалы), разработанные в процессе выполнения работы, иллюстрации вспомогательного характера, формулы и т.д.

5. Оформление курсовой работы

5.1. Курсовая работа оформляется в виде текста, подготовленного с помощью текстового редактора и отпечатанного на принтере на листах формата А4 с одной стороны; шрифт - Times New Roman; кегль - 14; межстрочный интервал - 1,5 (до тридцати строк на странице); с соблюдением размеров полей: верхнее, нижнее - 20 мм, слева - 30 мм, справа - 15 мм; абзац - 1,25 см. Печать должна быть четкой, черного цвета, средней жирности. Текст на листе должен иметь книжную ориентацию, альбомная ориентация

допускается только для таблиц и схем приложений. Основной цвет шрифта - черный.

5.2. Наименования всех структурных элементов курсовой работы, за исключением приложений, записываются в виде заголовков строчными буквами по центру страницы без подчеркивания (шрифт полужирный).

5.3. Страницы нумеруются арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер страницы проставляется в центре верхней части листа без точки. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляется (нумерация страниц - автоматическая). Приложения включаются в общую нумерацию страниц.

5.4. Главы имеют порядковые номера в пределах всей курсовой работы и обозначаются арабскими цифрами. Номер параграфа состоит из номеров главы и параграфа, разделенных точкой.

5.5. При ссылках на структурную часть текста, выполняемой курсовой работы указываются номера разделов, параграфов, пунктов, подпунктов, перечислений, графического материала, формул, таблиц, приложений, а также графы и строки таблицы данной курсовой работы. При ссылках следует писать: «... в соответствии с разделом 2», « ... в соответствии с рис. 2», «(рис. 2)», «в соответствии с табл. 1», «табл. 4», «... в соответствии с приложением А» и т. п.

5.6. Цитаты воспроизводятся в тексте курсовой работы с соблюдением всех правил цитирования (соразмерная кратность цитаты, точность цитирования). Цитированная информация заключаются в кавычки, указывается источник цитирования, а также номер страницы источника, из которого приводится цитата (при наличии).

5.7. Цифровой (графический) материал (далее - материалы), как правило, оформляется в виде таблиц, графиков, диаграмм, иллюстраций и имеет по тексту отдельную сквозную нумерацию для каждого вида материала, выполненную арабскими цифрами. При этом делается надпись

«Таблица» или «Рис.» и указывается порядковый номер, название рисунка записывается в той же строке, а заголовок таблицы - на следующей строке по центру строчными буквами (14 шрифт). Материалы в зависимости от их размера, помещаются под текстом, в котором впервые дается ссылка на них, или на следующей странице. Допускается цветное оформление материалов. Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица» и номер ее указывают один раз справа над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» и указывают номер таблицы, например: «Продолжение табл. 1.1». При переносе таблицы на другой лист (страницу) заголовок помещают только над ее первой частью. Необходимо указывать при переносе обозначение столбцов таблицы. В таблицах допускается применение 12 или более мелкого размера шрифта.
Например:

Таблица 1.1

Динамика показателей в 20 _____ -20 __гг.

Показатели	Формула расчета	Годы			Рекомендуемое значение, %	Абс. отклонение 20_ г. к 20_ г.
		20_				
1	2	3	4	5	6	7

5.8. Формулы, приводимые в тексте курсовой работы, нумеруются последовательно в пределах главы арабскими цифрами, например (1.3) (третья формула первой главы). В конце номера точка не ставится. Номер формулы следует давать в круглых скобках и помещать в правом поле на уровне нижней строки формулы, к которой он относится. После формулы с новой строки пишут слово «где», а затем расшифровывают и приводят разъяснения значений (экспликации) символов и числовых коэффициентов в той последовательности, в которой они даны в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки.

Двоеточие после слова «где» не ставят. Уравнения и формулы следует выделять из текста свободными строками. Выше и ниже каждой формулы нужно оставить не менее одной свободной строки. Если уравнение не умещается в одну строку, его следует перенести после знака равенства (=) или после знаков (+), минус (-), умножения (*) и деления (:).

Например:

$$K = \frac{}{Л)} \text{X100\%}, \qquad (1.3)$$

где P_1, P_0 - фактические и плановые расходы.

5.9. Ссылки в тексте на порядковый номер формулы делают в скобках, например «...в формуле (1.3)».

В курсовой работе (проекте) используются только общепринятые сокращения и аббревиатуры. Если в работе принята особая система сокращений слов, наименований, то перечень принятых сокращений должен быть приведен в структурном элементе «Обозначения и сокращения» после структурного элемента курсовой работы «Содержание».

5.10. Приложения к курсовой работе должны иметь общую с остальной частью работы сквозную нумерацию страниц. Приложения располагаются в порядке появления ссылок в тексте курсовой работы. Приложение должно иметь заголовок, напечатанный строчными буквами с первой прописной буквы симметрично тексту страницы. Над заголовком строчными буквами с первой большой печатается слово «Приложение...» и рядом - большая буква, обозначающая приложение. При оформлении приложений на отдельном первом листе печатается в центре прописными буквами слово «ПРИЛОЖЕНИЯ».

Далее каждое приложение располагается с новой страницы, при чем сами приложения не нумеруются и не отображаются в содержании. В правом верхнем углу с первой большой буквы печатается слово «Приложение» и рядом - большая буква, обозначающая приложение, например, Приложение

А. Приложение имеет заголовок, напечатанный строчными буквами с первой большой буквы, выравнивание по центру страницы. Приложения последовательно обозначаются заглавными буквами русского алфавита, за исключением букв Ё, Й, О, Ь. На каждое приложение должна быть ссылка в тексте. Единственное приложение обозначается как Приложение А. Иллюстрации, таблицы и формулы, размещенные в приложениях, нумеруют в пределах каждого приложения, например: «рис. Д 1.» - первый рисунок Приложения Д; «формула (А 1)» - первая формула Приложения А.

Техническое оформление курсовой работы должно соответствовать принятым стандартам оформления научных исследований. При этом материалы работы должны излагаться четко, ясно, последовательно, с соблюдением логичности перехода от одной главы к другой и от одного параграфа к другому.

Следует использовать принятую научную терминологию, избегать повторений общеизвестных положений, имеющихся в учебниках и учебных пособиях. Уточнять необходимо только понятия малоизвестные или противоречивые, делая ссылку на авторов, высказывающих разные мнения по одному и тому же вопросу.

Стиль написания - безличный монолог, т.е. изложение материала должно быть представлено от третьего лица без употребления форм первого и второго лица, местоимений единственного числа. Во всей работе должно быть обеспечено единообразие терминов, обозначений и условных сокращений.

Язык работы - государственный, стиль - научный, четкий, без орфографических и синтаксических ошибок; последовательность - логическая. Непосредственное переписывание в работе материалов из источников недопустимо (за исключением случаев прямого цитирования).

Курсовая работа (50-60 страниц) должна быть напечатана с помощью текстового редактора на одной стороне страницы стандартного белого листа бумаги формата А4.

Печать должна быть четкой, черного цвета, средней жирности. Все структурные части курсовой работы требуют оформления соответствующим образом.

Содержание включает наименование и номера начальных страниц всех глав и параграфов работы. В содержание необходимо включать все заголовки, которые есть в работе, начиная с введения и заканчивая приложениями.

Текст основной части работы делится на главы и параграфы. Каждая глава заканчивается выводами, которые размещаются через один интервал текста после окончания последнего параграфа каждой главы.

Заголовки структурных частей работы «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «НАЗВАНИЕ ГЛАВЫ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» печатаются заглавными буквами по центру страницы и выделяются **жирным шрифтом**.

Заголовки параграфов печатаются маленькими буквами (кроме первой заглавной) с абзаца, выравниваются по ширине и выделяются **жирным шрифтом**. Точка в конце заголовка не ставится. Если заголовок состоит из двух или более предложений, их разделяют точками. Расстояние между заголовком структурных частей работы и текстом, а также между заголовком параграфа и текстом должно составлять 2 интервала основного текста. Пример оформления заголовков приведен на рисунке 5.1.

ГЛАВА 1. СУЩНОСТЬ, РОЛЬ И РАЗВИТИЕ МЕНЕДЖМЕНТА

1.1. Сущность и значение методов менеджмента на современном этапе развития

Начало основного текста ...

Рис. 5.1. Пример оформления заголовков в курсовой работе

Каждую новую главу следует начинать с новой страницы.

Номера страниц проставляют в середине верхнего поля листа арабскими цифрами при соблюдении сквозной нумерации по всему тексту работы. Точка в номере страницы не ставится. Нумерация страниц, глав, параграфов, рисунков, таблиц, формул изображается арабскими цифрами без знака №.

Титульный лист (Приложение Д) и содержание включаются в общую нумерацию страниц, но номер страницы на них не проставляется. Нумерация начинается с 3-й страницы (или 4-й, если содержание занимает 2 страницы) - «Введение».

Нумерация глав и параграфов осуществляется по порядку в пределах всей работы и обозначается арабскими цифрами, отделяемыми точкой. Параграфы нумеруются арабскими цифрами в пределах каждой главы. Номер параграфа состоит из номера главы и порядкового номера параграфа в пределах главы, разделенных точкой, например: 1.3 номер третьего параграфа в первой главе.

СОДЕРЖАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ, ПРИЛОЖЕНИЯ не нумеруют как главы.

Содержание иллюстраций должно дополнять текст работы, раскрывать суть явления, наглядно иллюстрировать размышления обучающегося, поэтому в тексте на каждую из них должна быть ссылка с соответствующим комментарием.

Иллюстрации (схемы, графики и т.п.) и таблицы следует подавать в работе непосредственно после текста, где они упомянуты впервые, или на следующей странице. Если они содержатся на отдельных страницах магистерской диссертации, их включают в общую нумерацию страниц. Иллюстративные или табличные материалы, размеры которых превышают формат А4, размещают в приложениях. На все иллюстрации должны быть ссылки в тексте.

Иллюстрации обозначают словом (рис.) и нумеруют последовательно в пределах главы, за исключением иллюстраций в приложениях. Номер иллюстрации должен состоять из номера главы и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой: например, Рис. 1.2 - второй рисунок первой главы. Номер иллюстрации, ее название и пояснительные подписи размещают последовательно под иллюстрацией по центру (рис. 5.1).

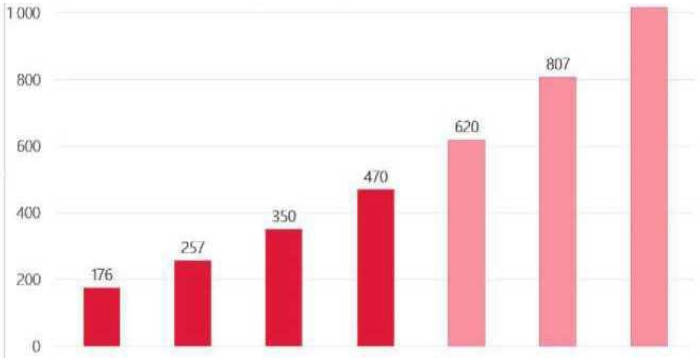


Рис. 5.1. Пример оформления рисунка

При переносе таблицы на другую страницу в правом верхнем углу над последующими частями пишут, например, Продолжение табл. 1.2.

Таблица 1.2

Вертикальный и горизонтальный анализ структуры пассивов ООО «Эффект+» за 2025-2030 гг.

Название статей	Код	2017	2018	Абсол. откл.	Относ. откл.	Темпы рост.
1	2	3	4	5	6	7
Уставный капитал	1310	705 97	1 440 39	734 42	14,33	204,03

Продолжение табл. 1.2

1	2	3	4	5	6	7
Добавочный капитал	1350	7 06	7 55	49	-0,14	106,82

В таблицах необходимо обязательно указывать единицу измерения. Если все единицы измерения одинаковы для всех показателей таблицы, они приводятся в заголовке. Единицы измерения должны приводиться в

соответствии со стандартами. Числовые величины в таблице надо указывать с одинаковым количеством десятичных знаков. Заголовки колонок таблиц начинаются с большой буквы.

При ссылке в тексте слово «таблица» пишут сокращенно: например, в табл. 1.2. В повторных ссылках на таблицы и иллюстрации необходимо применять сокращенное слово «смотри»: например, см. табл. 1.2.

Ссылки в тексте на источники информации следует отмечать порядковым номером ссылок, выделенным двумя квадратными скобками, например, - в работах таких ученых: Иванова А.А., Петрова А.О., Сидорова С.П. [1-3] или [1; 3; 6]. При цитировании одного источника необходимо указывать конкретную страницу [1, с. 223].

Материал в списке использованных литературных источников рекомендуется располагать, выбрав один из двух вариантов:

в алфавитном порядке, раздельно в русском и латинском алфавите;

в порядке их использования по тексту курсовой работы.

Приложения оформляются как продолжение курсовой работы и размещаются в порядке появления ссылок в тексте.

После списка использованных источников с новой страницы по середине листа располагается слово «ПРИЛОЖЕНИЯ». Номер страницы, на котором размещено слово «ПРИЛОЖЕНИЯ» отображается в содержании работы.

Далее каждое приложение располагается с новой страницы, причем сами приложения не нумеруются и не отображаются в содержании.

В правом верхнем углу с первой большой буквы печатается слово «Приложение» и рядом - большая буква, обозначающая приложение, например, Приложение А.

Приложение имеет заголовок, напечатанный строчными буквами с первой заглавной буквы (рис. 5.2).

Приложение А

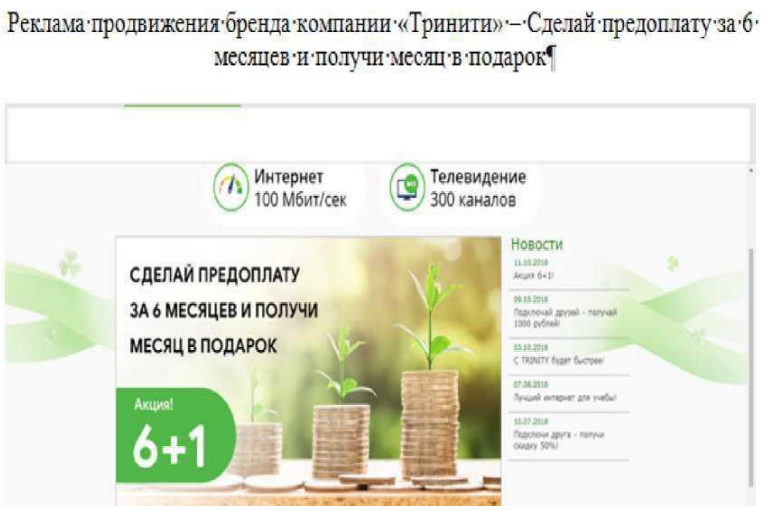


Рис. 5.2. Пример оформления «Приложения»

Приложения последовательно обозначаются заглавными буквами русского алфавита, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ. На каждое приложение должна быть ссылка в тексте.

Единственное приложение обозначается как Приложение А.

Иллюстрации, таблицы и формулы, размещенные в приложениях, нумеруют в пределах каждого приложения, например: «рис. Д 2.» (второй рисунок Приложения Д); «формула (А 1)» (первая формула Приложения А).

6. Структура и содержание курсовой работы

Курсовая работа должна представлять собой завершенное исследование, в котором анализируются проблемы в исследуемой области и раскрывается содержание и технологии разрешения этих проблем не только в теоретическом, но и в практическом плане, то есть разработке бизнес-плана, адаптированного к реальным условиям внешней среды. Работа над бизнес-планом состоит из следующих этапов: 1. Начальный; 2. Подготовительный;

3. Основной; 4. Защита.

На начальном этапе студенты осуществляют поиск идеи, выбирают сферу деятельности, обосновывают форму организации бизнеса, выбирают способ начала бизнеса. Сформулировать бизнес-идею - наиболее сложный этап работы.

Источниками новых идей могут быть:

- отзывы покупателей;
- продукция конкурентов;
- публикации;
- научно-исследовательские и конструкторские разработки.

Подготовительный этап включает:

- сбор и анализ маркетинговой, производственной, финансовой и общеэкономической информации о настоящем и будущем выбранного бизнеса;
- формирование конкретных целей
- анализ стратегических альтернатив и выбор стратегии (например - контроль над расходами фокусирование, дифференциация).

Начальная и подготовительная стадия работы определяют каркас будущего бизнес-плана. Для начала работы над бизнес-планом необходимо иметь доступ к следующим блокам информации:

- общеэкономическая информация (экономическая ситуация в стране, отрасли промышленности и регионе, социальные и политические условия, законодательство, тенденции развития сектора);
- маркетинговая информация (потребители, аналогичная продукция, цены, конкуренты, особенности входа в рынок);
- производственная информация (технологии, оборудование, кадры, сырье и материалы, производственные площади, особенности организации производственных процессов);
- финансовая информация (структура капитала, рентабельность, потребность в инвестиционных ресурсах, особенности движения готовой

продукции, система платежей, налогообложение, страхование, амортизация).

Основная стадия заключается в качественном описании, количественном измерении и координации основных частей бизнес-плана, и обоснование реальности достижения поставленных целей.

Последовательность работы над главами отображена в типовом содержании бизнес-плана как порядок представления глав.

В любом случае, владельцу предприятия важно понимать собственную бизнес-план предприятия в контексте маркетинговой стратегии. Поэтому наиболее подходящей в данном случаи является бизнес-план Остервальдера А., которую можно представить в виде схемы (рис. 6.1).

Соблюдение системного подхода позволило обосновать модифицированную модульную технологию формирования бизнес-плана предприятия, базовыми элементами которой определены будущие приоритеты потребителей, существующие и потенциальные стратегические ресурсы, экологические ограничения, адаптационные свойства, система бизнес-процессов, бизнес-портфель компании.

Отвечая на ряд взаимосвязанных вопросов можно сформировать общее видение нового бизнеса или существующего. Такие вопросы представляются в следующей последовательности:

1. В чем состоит предложение ценности, что производит или реализует предприятие?

2. Кто является клиентами — кому организация предлагает приобрести ценность?

3. Как осуществляются взаимоотношения с клиентами?

4. В чем состоит деятельность организации — как ценность создается, как она доставляется клиентам?

5. Как организация монетизирует предлагаемую ценность — от кого и каким образом поступают доходы?



Рис. 6.1. Канва бизнес-модели А. Остервальдера и И.

6. Какие ключевые ресурсы использует организация для предложения и доставки ценности, а также для монетизации доходов?

7. Какова структура издержек?

8. Кто выступает в качестве ключевых партнеров?

Данный бизнес-план также очень полезна как инструмент оптимизации бизнес-процессов или выявление узких мест в работе предприятия. Кроме этого, разрабатывая каждый из девяти сегментов указанных на рис. 1. можно сформировать основные принципы создания, развития и успешной работы организации.

СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНЫХ ГЛАВ КУРСОВОЙ РАБОТЫ:

Все разделы должны быть взаимосвязаны. Данные из маркетингового плана используются в производственном, а результаты производственного и организационного планов ложатся в основу финансовых расчетов. Избегайте противоречий между разделами.

ВВЕДЕНИЕ (2-3 страницы)

Во введении вы должны задать контекст всей работы. Что необходимо

описать:

1. Актуальность темы: Почему ваша бизнес-идея востребована сегодня? Укажите на текущие тенденции на рынке, неудовлетворенный спрос, технологические изменения или социально-экономические предпосылки.

2. Проблема: Какую проблему потребителя рынка решает ваш проект?

3. Цель работ: Четко сформулируйте. Например: «Разработка комплексного бизнес-плана для открытия кофейни «Название» в г. Донецк с целью привлечения инвестиций в размере 2 млн рублей».

4. Задачи работы: Перечислите конкретные шаги для достижения цели. Задачи обычно соответствуют названиям глав и параграфов вашего содержания (например: провести анализ рынка, рассчитать себестоимость, составить финансовый план и т.д.).

5. Объект и предмет исследования: Объект - это процесс или явление. Предмет - это процесс бизнес-планирования для данного предприятия.

6. Методы исследования: Какие инструменты вы использовали? (Анализ, синтез, сравнение, финансовое моделирование, SWOT-анализ, анкетирование и пр.).

7. Практическая значимость: Кому и как может быть полезен ваш бизнес- план? (Инвестору, банку, самому предпринимателю для проверки идеи).

ГЛАВА 1. ПОДГОТОВИТЕЛЬНАЯ СТАДИЯ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА

Эта глава задает основу и дает общее представление о проекте.

1.1. Описание бизнес-идеи

Суть идеи: Краткое, но емкое описание того, что вы предлагаете (продукт, услуга).

Уникальное торговое предложение (УТП): Что делает ваш продукт/услугу особенной? Почему клиенты выберут именно вас?

Целевая аудитория: Кто ваш клиент? (Демографические, социальные, поведенческие характеристики). Опишите портрет идеального потребителя.

Миссия и видение проекта: Миссия - социальная роль вашего бизнеса (зачем он существует помимо заработка). Видение - как вы видите бизнес в будущем (стратегическая цель).

1.2. Резюме бизнес-плана

Важно: Хотя этот раздел стоит в начале документа, пишется он ПОСЛЕДНИМ, когда готовы все расчеты.

Содержание: Это «визитная карточка» всего плана. В сжатой форме (1-2 страницы) изложите:

Суть проекта и его преимущества.

Необходимый объем инвестиций и цели финансирования.

Ключевые финансовые показатели (выручка, чистая прибыль, срок окупаемости).

Основные выводы по проекту (перспективность, устойчивость).

В этой главе должно быть общее описание компании и отрасли, в которой работает данное предприятие. В описание входят все характеристики, которые прямо или косвенно связаны с будущим или существующим бизнесом.

Ключевые элементы главы:

- основная информация о производстве;
- краткая история производства;
- тип бизнеса, основные виды деятельности;
- местонахождение предприятия;
- характеристика отрасли;
- роль и тенденции развития предприятия в отрасли;
- факторы, влияющие на деятельность предприятия (SWOT-анализ);

— цели и стратегия бизнеса.

Параметр проекта	Период №1 (год, квартал и т.п.), тыс. руб.	Период №2, тыс. руб.	Период №3, тыс. руб.	Период №4, тыс. руб.	Период №5, тыс. руб.
Продажи					
Валовая прибыль					
Чистый доход					
ROI					
NPV					
IRR					
Срок окупаемости					

Рис. 6.2. Описание проекта

Основные сведения о предприятии:

— полное и сокращенное наименование предприятия, дата и место регистрации, номер регистрационного удостоверения, юридический и почтовый адрес компании, банковские реквизиты;

— организационно-правовая форма;

— размер уставного капитала. Вид, количество, номинальная стоимость выпущенных акций;

— учредители предприятий с указанием доли в уставном капитале;

— членство предприятия различного рода объединений членство в фондовых биржах;

— наличие филиалов, представительств;

— юридические лица, в которых компания владеет более 5% собственности.

Факторы, которые влияют на предприятия отрицательно или положительно:

— экономические (цикл деловой активности, инфляция, уровень безработицы, покупательская способность населения, величина процентной ставки по кредиту);

— политические (нестабильность в регионах, где находятся источники сырья или рынки сбыта, законодательная нестабильность);

— демографические (рождаемость, старение населения, миграция, беженцы);

— природные (нехватка некоторых видов сырья);

— научно -технические;

— культурные и мировозренческие.

Завершает главу «Описание компании и отрасли» формулировка *миссии и целей предприятия и определение стратегии бизнеса.*

Когда определены цели бизнес-плана, их нужно исследовать на предмет качества. В этом случае можно использовать систему правила SMART (Specific - конкретные; Measurable - измерянные; Agreed upon - актуальные;
Realistic - реальные; Trackable - которые отслеживаются).

Контрольные вопросы, на которые необходимо ответить разработчику при подготовке главы «Подготовительная стадия разработки бизнес-плана»

Охарактеризуйте отрасль, к которой принадлежит предприятие:

1. Кто является главными представителями отрасли? Какие компании занимают ключевые позиции на рынке?
2. Какие факторы определяют успех деятельности в отрасли?
3. Какие масштабы производства в отрасли сейчас? Какова динамика объемов продаж в отрасли в последние годы?
4. Сколько новых предприятий в отрасли возникло в последнее время?
5. Какие прогнозы перспектив развития отрасли?
6. Какие новые товары и новые сегменты рынка были освоены в отрасли за последние годы?
7. Какие новые тенденции заметны в развитии отрасли?
8. Какие новые факторы, связанные с тенденциями развития техники и технологий, изменения в законодательстве, экологическими факторами и т. д.,

повлияют на развитие отрасли?

Отрасли бизнеса «Х»	Размер отрасли	Динамика роста отрасли за (период времени в прошлом) (цифра / низкие, средние, высокие)	Прогноз отраслевой динамики ЗЯ _____ (период времени в будущем) (цифра / низкие, средние, высокие)
2. Наименование отрасли			
3. Наименование отрасли			

Обслуживаемая область (глобальный рынок, группа стран, страна, регион, город и т.п.)	
Плотность населения (плотность, сельская местность, пригород и т.д.)	
Характер расположения (торговый пассаж, придорожный торговый центр, деловая часть города и т.д.)	
Иные особенности географических характеристик целевого рынка	

Рис.6.3. Динамика отраслей бизнеса «Х» за период Y и географические характеристики целевого рынка

Конкурентная сила	Вопросы-индикаторы
Внутриотраслевая конкуренция	■ Много ли игроков на рынке? ■ Какова структура ранка? (много мелких игроков или несколько крупных?) ■ Какими преимуществами обладают конкуренты? ■ Каков темп роста отрасли? ■ Имеются ли у игроков рынка уникальные (сложнокопируемые) конкурентные преимущества?
Угроза появления новых игроков на рынке	■ Существуют ли входные барьеры, препятствующие появлению на рынке новых соперников? ■ Имеется ли эффект экономии на масштабах ведения бизнеса? ■ Имеет ли компания сильный узнаваемый бренд? ■ Высоки ли первоначальные вложения? ■ Велики ли затраты на переход на другие продукты? (затраты на переключение) ■ Труден ли доступ к каналам дистрибуции? ■ Имеются ли юридические ограничения для вхождения компании на рынок? ■ Имеются ли у действующих игроков рынка сильные уникальные конкурентные преимущества? (например, лицензии/патенты, ноу-хау) ■ Регулируется ли данная отрасль органами власти в части ограничения количества участников?
Рыночная власть покупателей	■ Компания работает на B2B, B2G или B2C рынке? ■ Могут ли покупатели диктовать свои условия покупки и в какой мере? ■ У компании преимущественно крупные покупатели или мелкие? ■ Какова доля крупных покупателей? ■ Легко ли покупателям совершить аналогичную покупку в другом месте? ■ Высоки ли у покупателей затраты на переключение? ■ Имеется ли у компании хотя бы частичное собственное производство? (это мощный инструмент давления на продавца, помогает покупателю лучше понять, какими на самом деле являются затраты поставщика) ■ Насколько покупатель информирован о продукте? (чем лучше покупатель информирован о продукте, тем более сильной является его позиция при переговорах с поставщиком)
Рыночная власть поставщиков	■ Есть ли у компании альтернативные поставщики? ■ Высоки ли для компании издержки смены поставщика? ■ Как быстро компания может сменить поставщика? ■ Осуществляет ли поставщик прямую интеграцию? (производит ли продукцию для потребителей компании и продает ее им?)
Угроза появления продуктов субститутов (заменителей)	■ Легко ли можно заменить товар или услугу компании другим товаром или услугой? ■ Субститут способен полностью или частично заменить товар/услугу компании? ■ Значительно ли отличается субститут в лучшую сторону?

Рис.6.4. Вопросы-индикаторы для определения степени зависимости компании от пяти конкурентных сил М. Портера

Дайте общую характеристику компании:

1. Какие стратегические и тактические цели должно реализовать предприятие?

2. Какие основные виды деятельности предприятия?

3. На какой стадии находится коммерческое предприятие (вновь организуется, перепрофилируется, расширяется)?

4. Какая географическая зона расширяет бизнес предприятия?

1.3. Юридическое обоснование бизнеса

Здесь вы показываете, как проект будет существовать в правовом поле.

Выбор организационно-правовой формы и системы налогообложения.

ОПФ: Обоснуйте выбор (ИП, ООО и т.д.). Сравните их по критериям: простота регистрации, ответственность, налоговая нагрузка, возможности привлечения инвестиций.

Система налогообложения: Обоснуйте выбор (УСН, Патент, ОСНО и т.д.). Приведите расчет предполагаемых налоговых платежей и объясните, почему выбранный режим наиболее выгоден.

Лицензионно-разрешительная система.

Перечислите все необходимые для вашей деятельности лицензии, разрешения, сертификаты соответствия, допуски СРО.

Критерии сравнения	Организационно-правовая форма: индивидуальный предприниматель	Организационно-правовая форма: общество с ограниченной ответственностью
Инвестиции	ИП может привлекать кредит. Если инвестор захочет войти в состав участников, необходимо будет создавать отдельное юридическое лицо.	Если инвестор захочет войти в состав участников ООО, достаточно будет оформить на него часть доли в уставном капитале.
Сотрудники	ИП может вести деятельность без сотрудников. Как только у ИП появляется первый наемный работник, ему необходимо пройти регистрацию в качестве работодателя.	ООО автоматически регистрируется в качестве работодателя с момента создания, поскольку сам директор является наемным сотрудником.
Филиалы и представительства	ИП может открывать офисы по всей России под своим именем. Не создает и не регистрирует филиалы и представительства.	ООО создает филиалы и представительства, при этом общество обязано вносить изменения в учредительные документы и каждый раз вставать на налоговый учет по новому месту деятельности. При этом теряется право на применение УСН.

Критерии сравнения	Организационно-правовая форма: индивидуальный предприниматель	Организационно-правовая форма: общество с ограниченной ответственностью
Регистрация	Сравнительно простая регистрация. Включает в себя заявление и госпошлину. Регистрация осуществляется по месту жительства. Деятельность ИП может осуществляться по всей территории РФ.	Сравнительно сложная регистрация. Включает заявление, госпошлину, заключение учредительного договора, разработку устава, протокола учредительного собрания. Необходима официальная регистрация по месту фактического расположения компании (возможно на домашний адрес руководителя или одного из учредителей).
Закрытие	Сравнительно простое и быстрое закрытие.	Сравнительно сложное и долгое закрытие.
Владелец	Единственный владелец бизнеса — индивидуальный предприниматель.	Возможно несколько владельцев — до 50 человек
Ответственность	ИП несет ответственность принадлежащим ему имуществом.	ООО отвечает уставным капиталом.
Перечень разрешенных видов деятельности	ИП имеет ограничения по видам деятельности.	Перечень видов деятельности ООО не ограничен.
Бухгалтерский учет	ИП без сотрудников не обязан вести бухгалтерский учет и представлять в налоговые органы бухгалтерскую отчетность. ИП на упрощенной системе налогообложения (УСН) должен вести книгу учета доходов и расходов.	ООО обязано вести бухгалтерский учет и сдавать отчетность в Федеральную налоговую службу (ФНС), Пенсионный фонд России (ПФР), Фонд федерального страхования (ФСС).
Взносы в фонды	ИП обязан оплачивать взносы вне зависимости от того ведет он свою деятельность или нет.	При приостановлении деятельности ООО никаких взносов не производит.
Распределение доходов	Сравнительная простота распоряжения свободными денежными средствами ИП.	Участники ООО могут распределять дивиденды не чаще, чем раз в квартал, то есть доход от деятельности общества можно получать также раз в квартал после соответствующего заседания участников общества. ООО должно удержать у своих участников НДФЛ дивидендов по ставке 13%.

Рис. 6.5. Сравнение ИП и ОО по наиболее важным критериям

Опишите процесс и сроки их получения, а также примерную стоимость.

ГЛАВА 2. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Ключевая глава, доказывающая, что на ваш продукт/услугу есть спрос.

2.1. Характеристика продукта и метода ценообразования.

Продукт: Подробное описание товара или услуги, его потребительских свойств, качества, ассортимента, жизненного цикла.

Ценообразование: Какую стратегию ценообразования вы используете («средние издержки плюс прибыль», «ценность продукта», проникновение на рынок и т.д.)? Обоснуйте выбор. Приведите расчет конечной цены.

2.2. Место реализации проекта и описание конкуренции на рынке.

Место: Обоснуйте выбор местоположения офиса, магазина, производства. Проанализируйте пешеходный/автопоток, наличие парковки, близость к целевой аудитории, арендную ставку.

Конкуренция: Проведите анализ конкурентов (прямых и косвенных).

Кто они?

Их сильные и слабые стороны (SWOT-анализ по конкурентам).

Ваши конкурентные преимущества.

Анализ доли рынка.

2.3. Способы продвижения на рынке и характеристика производства

Опишите комплекс маркетинговых коммуникаций (маркетинг-микс 4P: Product, Price, Place, Promotion).

Каналы продвижения: онлайн (сайт, соцсети, контекстная реклама) и оффлайн (наружная реклама, личные продажи, промо-акции).

План и бюджет на продвижение.



Рис.6.6. Пирамида продвижения

В данное главе представляется «Характеристика услуг и продукции», то есть описание продукции (услуг) предприятия с точки зрения потребителя,

производится их комплексная оценка.

С этой целью предлагается следующая информация:

— характеристики товаров (услуг);

— экономические показатели;

— сравнение с другими аналогичными товарами;

— патентная охрана;

— показатели экспорта и его возможности;

— основные направления совершенствования продукции;

— возможные ключевые факторы успеха.

При предложении характеристики продукции нужно очень четко определить:

— перечень основных видов продукции (ассортимент), полуфабрикаты, которые планируется производить, а также услуг, которые будут предлагаться населению;

— назначение произведенных товаров или услуг (указать цель производства конкретных видов с точки зрения удовлетворения конкретных потребностей потребителей, область использования - основные и вторичные, факторы привлекательности);

— потребительские характеристики (виды сырья, из которого производится продукция; масса «нетто», сроки хранения, вкусовые качества, эстетичный внешний вид, показатели качества (долговечность, простота, обеспечение безопасности), химический состав, наличие минеральных и других веществ);

— уникальность (ценность) товаров и услуг.

Это один из самых важных этапов подготовки бизнес-плана, который должен ответить на вопрос: кто, почему, в каких количествах покупает и будут покупать продукты предприятия.

В этой главе должно быть показано, что продукция или услуги имеют рынок сбыта, а также возможность предприятия достичь успеха на этом рынке; необходимо показать расходы в связи с выходом на рынок и

возможные риски.

Характеристики рынка:

— размер рынка (регион, ДНР, СНГ, мировой рынок);

— уровень и тенденции развития рынка;

— динамика цен на рынке за последние 5 лет;

— специфические особенности рынка, например, трудности доступа к операциям на рынке;

— независимые прогнозы развития рынка в будущем;

— предполагаемая часть рынка, которую займет продукция предприятия;

— планы для зарубежных рынков; экспортный потенциал;

— маркетинговые цели на рынке.

— определение типа рынка;

— определение конъюнктуры рынка;

— оценка конъюнктуры рынка;

— выбор целевых сегментов;

— позиционирование рынка;

— прогноз продаж.

При определении **типа рынка** необходимо дать его характеристику, то есть, указать *этап развития рынка* (тенденции роста или спада), *исторические и экономические причины для существования* рынка (регион и концентрация населения), *ограничения рынка* (экономические, правовые) и т.д.

При анализе рынка, осуществляется использование **сегментации,** указываются основные потребители и принципы их сегментации, отмечается, что привлекает типичного покупателя в данный сегмент, очерчивается круг наиболее привлекательных сегментов.

Оценка конъюнктуры рынка. Оценивается численность покупателей в каждом выделенном сегменте и определяется спрос. На основе этих данных

осуществляется отбор наиболее выгодных для предприятия сегментов - целевых рынков.

Выбор целевых сегментов. На основе данных оценки конъюнктуры рынка осуществляется отбор наиболее выгодных для предприятия сегментов. Перспективными можно считать сегмент, в котором пребывает приблизительно 20% покупателей этого рынка, которые получают 80% товара, предлагаемого предприятием. Здесь же исследуется положение предприятия на рынке. Для первого года продаж в этом пункте указываются:

—основные потребители товаров приводятся данные о заказе товаров,контрактах, письменных обязательствах предприятия;

— потенциальные потребители, которые уже выразили заинтересованность в продукте;

Критерии сегментации	Потребительские привычки
Частота покупок	Регулярная, повторная, специальная
Искомые выгоды	Качество продукции, обслуживания, экономия, престиж
Тип потребителя	Не потребляющий, ранее потреблявший, потенциальный потребитель, впервые потреби я ющи й
Интенсивность потребления	Слабый потребитель, умеренный потребитель, активный потребитель
Степень приверженности и степень лояльности	Никакой, слабая, средняя, сильная, абсолютная
Степень готовности к восприятию товара	Неосведомлённость, осведомлённость, информированность, заинтересованность, желание, намерение приобрести

Рис.6.7. Поведенческие критерии сегментации

— потенциальные потребители, которые не выразили пока интерес в продукте; объясняется, как предприятие намерено их завоевывать.

Критерии сегментации	Демографические характеристики покупателей
Возраст	До 6 лет, 6—12, 13—19, 20—29, 30—39, 40—49, 50—59, 60 и более лет
Пол	Мужской, женский
Размер семьи	1—2, 3—4, 5 и более человек
Жизненный цикл семьи	Молодой одинокий (-а я); молодые женатые, без детей; молодые женатые, дети до 6 лет; молодые женатые, дети до 6 лет и старше; среднего возраста, женатые с детьми; старшего возраста, женатые, без детей; старшего возраста, одинокие и др.
Профессия и род занятий	Люди умственного и физического труда; управляющие, должностные лица и владельцы фирмы; люди творческих профессий; рабочие и служащие; промышленные и сельскохозяйственные рабочие; пенсионеры; студенты; домохозяйки; безработные

Уровень образования	Начальное, среднее, среднее специальное, незаконченное высшее, высшее, MBA и др.
Уровень дохода в месяц	Менее $1 тыс., $1—2 тыс. и т.д.

Рис.6. 8. Демографические критерии сегментации

Позиционирования рынка. В бизнес-плане оцениваются действия по выведению товара на рынке и обеспечение ему конкурентоспособного положения в сегменте.

Позиционирование рынка может идти по одному из выбранных направлений:

— заполнение определенной ниши рынка;

— занятие места, близкого к позиции одного из конкурентов, т. е. конкурентное позиционирование.

Критерии сегментации	Название сегмента 1	Название сегмента 2	Название сегмента 3	Название сегмента N
1. Признак 1				
2. Признак 2				
3. Признак 3				

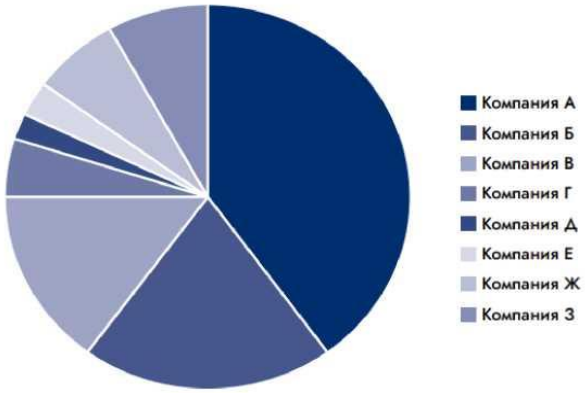


Рисунок 4. Пример представления долей сегментов целевого рынка

Рис. 6.9. Сравнение сегментов рынка на основе выделенных критериев сегментации

Прогноз объёма продаж. Основываясь на оценке преимуществ, изготовленных предприятием товаров, определяют возможный объем продаж в натуральном и денежном выражении.

В бизнес-плане обязательным является представление основных показателей в прогнозированных ценах, выраженных в денежных единицах, которые соответствуют покупательской способности каждого периода

реализации проекта. Прогнозируемые цены включают прогнозируемый уровень инфляции.

Факторы	Вес фактора	Ваше предприятие (1-10 баллов)	Конкурент 1 (1-10 баллов)	Конкурент 2 (1-10 баллов)	Конкурент n (1-10 баллов)
Функционал товара/услуги					
Стоимость покупки					
Косвенные издержки					
Качество					
Дол говечность/поддержка					
Дизайн/стиль					
Узнаваемость марки					
Взаимоотношения с потребителями					
Местоположен ие					
Время доставки					
Удобство использования					
Кредитная политика					
Потребительский сервис					
Социальная ответственность					
Другое:					
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ:					
Резюме:					

Рис. 6.10. Конкурентный анализ: факторы потребительского восприятия

Контрольные вопросы, на которые необходимо ответить разработчику при подготовке главы «Маркетинговые исследования»

Опишите продукцию (товары, услуги) предприятия:

1. Какой товар (услугу) производит предприятие? Какие технические, эксплуатационные или потребительские показатели этой продукции?
2. Насколько данный продукт (услуга) будет отвечать требованиям законодательства?
3. Для удовлетворения каких потребностей предназначена продукция предприятия?
4. Каковы свойства продукции, которые делают ее уникальной? Почему потребители будут покупать продукцию предприятия?



Рисунок 6. Модель 4P / маркетинг-микс

Рис.6.11. Модель 4P / маркетинг-микс

5. Почему потребители предпочитают именно этот продукт?

6. Есть ли недостатки у продукта? Может ли нанести ущерб успешной реализации продукта на рынке?

7. Ожидается ли возможный возврат проданных товаров? В чем может быть причина возврата?

8. На какой стадии разработки находится продукт компании (опытный образец; производство; массовый выпуск)?

9. Продукция предприятия защищена патентами? Или используются другие формы защиты интеллектуальной собственности?

10. Имеет ли этот продукт торговую марку?

11. Особенности упаковки товара.

12. Особенности дизайна товара.

13. Какова ожидаемая частота покупки товара потребителями?

14. Оценка вероятности изменения спроса на этот продукт.

15. Будут ли конкуренты в скором времени иметь подобный продукт?

16. Как долго этот продукт может быть новинкой на рынке?

17. По каким ценам будет продаваться этот продукт?



Рис. 6.12. Стратегии ценообразования

18. Существуют ли возможности для расширения или улучшения ассортимента продукции в будущем?

19. Как долго этот продукт может быть на рынке?

20. Технологические особенности производства товаров (услуг).

21. Будет ли учитываться мнение потребителей при разработке новых товаров и их модификации?

22. Будет ли организована предпродажное и послепродажное обслуживание товаров?

23. Каким образом сбыт продукции будет зависеть от реализации других сопутствующих товаров?

24. На какие рынки «нацелен» бизнес, который открывается? Типы этих рынков и их название.

25. Где находятся рынки, на которые планирует выйти предприниматель, то есть их месторасположение (регионы, концентрация населения и т. д.)?

26. Размер (потенциал) рынка товаров данного назначения.

27. Какие тенденции (рост, стабилизация, сужение) характерны для рынка данных товаров в последние годы?

28. Какие есть прогнозы о будущем развитии рынка данного

продукта?

29. Какие основные факторы влияли и будут влиять в будущем на тенденции развития данного товара?

30. Что означает удовлетворение потребностей потребителей этого вида продукции?

31. С помощью каких средств удовлетворяются потребности потребителей данного вида товаров?

32. Почему некоторые группы населения покупают именно эти, а не аналогичные товары (услуги)?

33. В какой степени государственная (региональная) политика способствует (или не способствует) импорту аналогичных товаров из-за рубежа?

Четко опишите целевой рынок бизнеса:

1. Кто является потенциальными потребителями продукции предприятия?

2. Характеристики основных потребителей данного товара (национальность, пол, социально-экономическое положение, возраст и т.д).

3. Прогнозы изменений размера сегментов на данном рынке товаров (услуг) в ближайшее время и в перспективе.

4. Потенциальный объем продаж товаров в каждом из сегментов рынка.

5. Ожидаемая реакция рынка на новый продукт (услугу).

6. Что является специфическим в предложенных товарах (услугах), именно, для существующих клиентов (особенные потребности, приоритеты, привычки, географические, демографические, социально-экономических признаки и т. д.)?

7. Что ищут потребители и почему они отдают предпочтение, покупая именно данный товар?

8. Какой группе потребителей наиболее подходит товар новооткрытого бизнеса?

9. Почему определенная целевая группа потребителей имеет

первостепенное значение для созданного предприятия?

10. Какие факторы влияют на спрос товаров (услуг) в данном сегменте рынка?

11. Каковы прогнозы изменений потребностей потребителей в каждом из сегментов рынка.

12. Как планируется реагировать на эти изменения?

13. Этап развития каждого сегмента рынка (тенденции роста или снижения).

14. Каким образом будет осуществляться изучение потребностей потребителей и оценка величины спроса (самостоятельно или при содействии специализированных фирм)?

15. Как будет изменяться товарный ассортимент предприятия в будущем?

Кратко изложите рассуждения по размещению предприятия:

1. Где находятся потребители (потенциальные потребители) продукции предприятия?

2. Где будет размещено новосозданное предприятие?

3. Почему именно это место было выбрано для размещения предприятия?

4. Какие факторы и почему были приняты во внимание в процессе выбора места для размещения предприятия?

5. Это ваше собственное помещение или вы предполагаете его арендовать?

Месторасположение производства

Подробное описание помещения/площадки: площадь, состояние, коммуникации, соответствие санитарным и противопожарным нормам.

Анализ преимуществ данного местоположения для производственного процесса (логистика, доступность рабочей силы и пр.).

Потребность в оборудовании

Составьте полный перечень необходимого оборудования, мебели, техники, программного обеспечения.

Обоснуйте выбор (производительность, стоимость, надежность).

Укажите поставщиков и формы приобретения (покупка, лизинг, аренда).

Себестоимость продукции

Калькуляция себестоимости: Рассчитайте затраты на единицу продукции.

Прямые материальные затраты (сырье, материалы).

Прямые затраты на оплату труда (зарплата производственного персонала).

Накладные расходы (амортизация, аренда, коммунальные услуги и т.д.).

Рассчитайте объем производства/продаж, необходимый для покрытия всех издержек.

Структура:

— производственные технологии;
— производственное кооперирование;
— контроль производственного процесса;
— система охраны окружающей среды;
— производственная программа;
— производственные мощности и их развитие;
— потребность в долгосрочных активах;
— потребность в оборотных средствах;
— прогноз расходов.

Технология производства. Указывает тип производства (единичное, серийное, массовое), методы его организации, структура производственного цикла, направление его деятельности. Определяется схема

производственного процесса, может быть представлена схема грузопотока. Производится оценка существующих технологий в следующих областях:

— соответствие технологии современным требованиям;

— уровень автоматизации производственного процесса;

— обеспечение гибкости процесса, сокращение времени для корректировки;

— возможность быстро увеличить или уменьшить выход.

Указать основные направления совершенствования и развития технологии, предусмотренные бизнес-планом.

Следует отметить, как предлагаемые изменения технологии скажутся на качестве продукции, уровне производственных затрат, цене изделия.

Производственное кооперирование. Если в производственном процессе предусматривается выполнение части операций субподрядчиками, то это особо указывается в бизнес-плане. Даётся обоснование решения кооперирования, а также выбор конкретных партнеров, с точки зрения минимума затрат на производство, транспортировку, входной контроль, поставляющих субподрядчиком узлов и полуфабрикатов. При выборе партнеров учитывается их надёжность, производственные, финансовые, кадровые возможности.

В бизнес-плане указывается наименование, место расположение и адреса фирм-субподрядчиков, виды и условия исполнения ими работ.

Программа производства. Прогноз объемов производства и реализации услуг осуществляется на основе сопоставления результатов маркетинговых исследований рынка сбыта с производственными возможностями компании. При этом он должен быть равен или превышать значение прогноза продаж. В последнем случае будет происходить накопление запасов готовой продукции.

Как правило в бизнес-плане приводятся данные по объему выпуска каждого вида продукции в натуральном выражении и темпах их изменения за последние три года, а также планируемые значения этих показателей для

следующих 3-5 лет. Прогнозирование объёма производства в номенклатурном объёме проводится следующим образом: первый год- по кварталам (в случае необходимости - по месяцам), второй год - по полугодиям (или по кварталам), последующие годы - в целом за год.

В официальную бизнес-модель включается оптимальный вариант с учетом данных главы «Потенциальные риски» и расчетов экономической эффективности проекта.

Производственные мощности и их развитие. В бизнес-плане оценивается соответствие производства продукции существующим производственным мощностям, приводятся данные о балансе производственных мощностей, как отчётные, так и прогнозируемые на ближайшие годы с учётом введения в действие новых мощностей, уменьшение их в результате выбытия. Тут же указываются значения коэффициентов сменности работы оборудования и использования производственных мощностей.

Потребность в долгосрочных активах. В этом параграфе дается краткое описание существующих основных производственных фондов и нематериальных активов: состав, структура, стоимость некоторых видов собственности, технические характеристики, степень износа необходимости ремонта или реконструкции.

Отображаются проблемы, связанные с расширением, модернизацией или реконструкцией существующего производства или организации:

— наличие документации;

— присутствие подрядчиков, способной обеспечить в прогнозируемый срок проведение строительно-монтажный работ;

— стоимость и др.

На основе этого устанавливается потребность в дополнительном оборудовании и общей потребности в основных фондах и нематериальных активах. Расчет потребности в основных фондах осуществляется по типу основных фондов исходя из нормативов продуктивности.

Потребность в оборотных средствах. В этом параграфе подготовлен подробный расчет нормативов оборотных средств методом прямого счёта.

Подробный расчет потребности в оборотных средствах проводится для заново созданных предприятий, а также в случае необходимости коренного пересмотра существующих нормативов оборотных средств. Для действующих предприятий корректировка величины оборотных средств осуществляются в финансовой секции бизнес-плана на основе метода нормирования оборотных средств (на основе темпов роста объема производства и повышения эффективности использования оборотных средств.

Прогноз расходов. Глава заканчивается расчётами затрат производства и себестоимости изготовленной продукции (к главе прилагается калькуляция продукции, которая выпускается и расчёты по всем статьям сметы затрат на производство).

В данной главе отмечаются условия закупки материально-сырьевых и топливно-энергетических ресурсов, надежность поставщиков с точки зрения обеспечения номенклатуры, размера партий, условия и цены поставок, опыт работы с конкретными поставками. Обязательно указывается возможное лимитирование поставок ресурсов.

В этой главе обобщают все предыдущие материалы глав бизнес-плана и представляют их в виде финансовых формулировок и стоимостных показателей.

Глава объединяет два направления:

1. Результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия:
   - финансовая отчетность предприятия;
   - анализ финансово-экономического состояния предприятия
2. Планирование основных финансовых показателей:
   - подготовка плановых документов;
   - прогноз баланса активов и пассивов компании;
   - прогноз прибыли и убытков;

— прогнозирование движения денежной наличности;

— финансовая оценка проекта;

— прогноз запаса финансовой прочности.

— результаты финансово-хозяйственной деятельности компании.

Форму финансовой отчетности желательно привести к требованиям международных стандартов.

Контрольные вопросы, на которые необходимо дать ответ разработчика главы «Производственный план»

Дайте краткое описание производственных процессов на предприятии:

1. Какие промышленные операции применяются в производственном процессе продукта?
2. В какой последовательности будут производственные операции?
3. Отвечает ли технология производства современным требованиям?
4. Предусматривается ли производственная кооперация с другими предприятиями? Каким образом? На каких условиях?
5. Какие новые прогрессивные технологии планируется использовать в производственном процессе?
6. Как быстро можно сделать переход к производству новой продукции?
7. Каких затрат требует подготовка производства к выпуску новой продукции?
8. Есть ли на предприятии трудности в организации производства новой продукции? Если есть, то какими путями их можно преодолеть?
9. Как и на каких стадиях будет осуществляться контроль качества новой продукции?

Охарактеризуйте потребности в материально-технических ресурсах:

1. Компании нужны дополнительные возможности?

2. Будет ли осуществлять компания строительство новых зданий и сооружений?

3. Какие машины, оборудование и инструменты необходимы для производственного процесса?

4. Имеет ли компания необходимое оборудование для производства новой продукции? Какая степень износа этого оборудования?

5. Сколько будет стоить приобретение оборудования или аренда? Каковы амортизационные отчисления?

6. Какие виды сырья, материалов и предметов комплектующих изделий будут использованы для производства продукции?

7. Какова потребность предприятия в материалах, сырье, т. д.?

8. Какие должны быть производственных запасы для организации нормального хода производственного процесса? Способно ли предприятие обеспечить такие запасы?

9. Где, у кого и на каких условиях будет закупаться сырьё и материалы? Какая репутация этих поставщиков? Есть ли опыт работы с ними или предыдущая договорённость?

10. Какие запасы материально-сырьевых ресурсов необходимы для беспрерывного хода производственного процесса на предприятии? Нуждаются ли они в особенных условиях сбережения?

11. Насколько успешно выбрали расположение предприятия исходя из близости рынка поставщиков, доступности рабочей силы, транспорта и др.?

12. Есть ли ограничения на объемы поставок производственных ресурсов? Если есть, то какими могут быть пути выхода из данной ситуации?

Узнайте потребности предприятия в производственных и непроизводственных помещениях:

1. Какие производственные непроизводственные помещения необходимы предприятию? Являются ли они собственными или их нужно их арендовать? Сколько это будет стоить?

2. Как будет осуществляться контроль критических факторов производственного процесса?

3. Как будет осуществляться контроль качества, контроль дисциплины поставок? На какие стандарты при этом будет ориентироваться предприятие?

Опишите влияние внешних факторов на производственный процесс:

1. Как будет организована утилизация отходов и соблюдение санитарных норм?

2. Как производственный процесс на предприятии будет зависеть от конкретных поставщиков сырья и материалов?

Существуют ли какие-то ограничения касательно приобретения (аренды) помещения, машин и оборудования, поставки сырья и материалов?

ГЛАВА 3. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ И ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Опишите человеческие ресурсы и процесс запуска проекта.

3.1. Управленческий и производственный план

Организационная структура: Представьте схему подчиненности.

Штатное расписание: Перечень должностей, количество сотрудников, система оплаты труда (оклад, премия), фонд оплаты труда (ФОТ).

Описание ключевых специалистов: Их роль, обязанности, требования к квалификации.

Структурное подразделение		Должность (специальность, профессия), разряд, класс (категория) квалификации	Количество штатных единиц	Тарифная ставка (оклад) и пр., руб.	Надбавки, руб.			Всего в месяц, руб. ((гр. 5 + гр. 6 + гр. 7 + гр. 8) х гр. 4)	Примечание
наименование	код								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		Итого							

	Обязанности	Ставка	Количество	Заработная плата, руб. в месяц	Страховые взносы

Рис. 13. Образец формы штатного расписания Т-3 и расчета заработной

платы персонала

5.2.График реализации проекта

Разработайте календарный план в виде таблицы или диаграммы Ганта.

Укажите ключевые этапы (регистрация, ремонт, закупка оборудования, найм персонала, запуск) и сроки их выполнения.

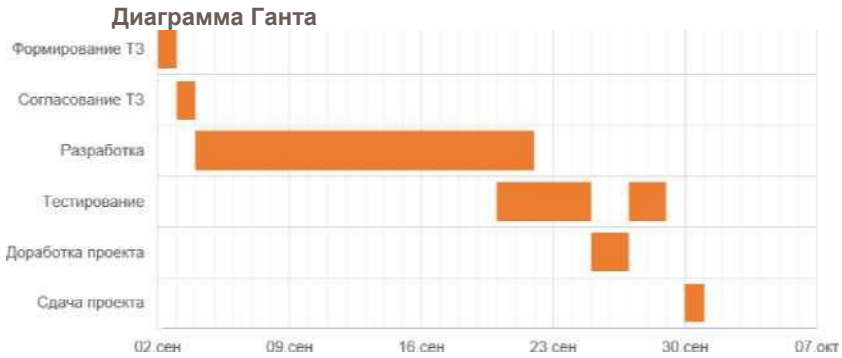


Рис. 14. Пример оформления Диаграммы Гранта

Все предыдущие разделы должны быть переведены здесь в денежные показатели.

3.2. Планируемые показатели деятельности предприятия

Расчет выручки: На основе данных маркетингового плана (цена х объем продаж).

План инвестиционных затрат: Сводная таблица всех единовременных затрат на запуск (оборудование, ремонт, регистрация и т.д.).

План операционных (текущих) затрат: Сводная таблица всех ежемесячных расходов (аренда, ФОТ, закупка сырья, маркетинг, налоги).

Отчет о прибыли и убытках (Прогнозный).

Составьте помесячный или поквартальный отчет на 1-3 года.

Рассчитайте ключевые показатели: Валовая прибыль, Операционная прибыль, Чистая прибыль.

Расчет основных финансовых показателей:

Срок окупаемости (PBP) - простой и дисконтированный.

Чистый приведенный доход (NPV).

Рентабельность продаж и инвестиций (ROI).

Анализ безубыточности деятельности

Рассчитайте точку безубыточности в денежном и натуральном выражении.

Постройте график безубыточности, который наглядно покажет, при каком объеме продаж выручка покроет все затраты.

Рассчитайте запас финансовой прочности.

3.3. Оценка рисков.

Выявите потенциальные риски проекта (внешние и внутренние).

Примеры: Падение спроса, рост цен поставщиков, действия конкурентов, форс-мажор.

Оцените вероятность их наступления и возможный ущерб.

Предложите меры по их минимизации (снижение, передача, избежание).

Анализ финансово-экономического состояния компании осуществляется на основе технико-экономических и финансовых показателей компании за последние три года. В ходе анализа определяют форму экономического роста, тип финансовой стабильности, вероятность потенциального банкротства. Завершить анализ целесообразно определением комплексной рейтинговой оценки финансово-экономического состояния предприятия в динамике.

Планирование основных финансовых показателей. В бизнес-плане представляется прогноз основных форм финансовой отчётности, как правило, укрупнённо, соответственно требованиям международным стандартам, обязательно в прогнозных ценах, т.е. в ценах, выраженных в денежных единицах, которые отвечают покупательской способности каждого периода выполнения проекта.

На основе плановых форм финансовой отчётности осуществляется прогнозирование финансово-экономического состояния предприятия.

Параграф завершается определением критического объёма продаж, показателей рентабельности и финансовой прочности.

Финансово-экономические результаты деятельности предприятия.

Если бизнес уже какое-то время функционирует, необходимо предоставить баланс и декларации о доходах, желательно за последние 3-4 года.

Главная задача оценки финансового состояния - выявить возможность предприятия оплачивать свои внутренние потребности и рассчитываться по своим обязательствам с внешними агентами. Результаты анализа позволяют заинтересованным лицам и организациям принять управленческие решения на основе оценки текущего финансового положения и деятельности предприятия за предыдущие годы.

Обобщающие показатели оценки финансового состояния характеризуют:

- ликвидность;
- вовлечение заемных средств;
- оборотность капитала;
- прибыльность.

Нормативы ликвидности:

1) Коэффициент покрытия = текущие активы/краткосрочные обязательства (рекомендуемый критерий); коэффициент быстрой ликвидности = (текущие активы - запасы)/краткосрочные обязательства);

2) Коэффициент абсолютной ликвидности (наличные + краткосрочные финансовые вложения) / краткосрочные обязательства;

3) Собственный оборотный капитал = текущие активы - краткосрочные обязательства.

Коэффициенты деловой активности:

1) Коэффициент оборачиваемости активов = выручка от реализации / среднегодовая стоимость активов;

2) Коэффициент оборачиваемости собственного капитала = выручка от реализации / среднегодовая стоимость собственного капитала;

3) Коэффициент оборачиваемости основных средств (фондоотдача) = выручка от реализации / среднегодовая стоимость основных средств;

4) Коэффициент оборачиваемости материально-производственных

запасов = себестоимость реализованной продукции / среднегодовая стоимость материально-производственных запасов;

5) Средний срок хранения материально-производственных запасов, дней = 360 / коэффициент оборачиваемости материально-производственных запасов;

6) Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности = выручка от реализации продукции / среднегодовая стоимость чистой дебиторской задолженности;

7) Средний срок оборота дебиторской задолженности, дней = 360 / коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности;

8) Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности = себестоимость реализованной продукции / среднегодовая стоимость кредиторской задолженности;

9) Средний срок оборота кредиторской задолженности, дн. = 360 / коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности;

10) Продолжительность операционного цикла = средний срок хранения материально-производственных запасов + средний срок оборота дебиторской задолженности;

11) Продолжительность финансового цикла = продолжительность операционного цикла - средний срок оборота кредиторской задолженности**.**

Коэффициенты стабильности:

1) Коэффициент финансовой автономии = собственный капитал / общая сумма капитала;

2) Коэффициент финансовой зависимости = заемный капитал / общая сумма капитала (0,5);

3) Коэффициент финансового риска - плечо финансового рычага = заемный капитал / собственный капитал (0,8);

4) Коэффициент финансовой стабильности = собственный капитал / заемный капитал (1,25);

5) Коэффициент обеспеченности собственными оборотными

средствами = собственные оборотные средства / текущие активы (0,3);

6) Коэффициент маневренности собственных оборотных средств = собственные оборотные средства / собственный капитал (0,5).

Коэффициенты рыночной активности предприятия:

1) Доходность одной акции = чистая прибыль / число обыкновенных акций в обращении;

2) Соотношение рыночной цены акции и прибыли на одну акцию = рыночная стоимость акции / чистая прибыль на одну акцию;

3) Норма дивиденда на одну акцию = дивиденд на одну акцию / рыночная стоимость одной акции;

4) Доля выплаченных дивидендов = сумма выплаченных дивидендов / чистая прибыль.

Для предприятия, имеющего неустойчивое финансовое положение, следует оценить вероятность его потенциального банкротства. Для этого можно использовать два основных подхода:

- многофакторная модель Э.Альтмана;
- прогнозирование показателей платежеспособности.Модель Альтмана: это многофакторная модель, позволяющая вычислить интегральный показатель вероятности потенциального банкротства фирмы, так называемые «Счет^{Л}-счет», отражающий ее финансовую стабильность:

К1 = Собственные оборотные средства / сумма всех активов;

К2 = нераспределенная прибыль / сумма всех активов;

К3 = рыночная стоимость обыкновенных и привилегированных акций / объем заемных средств;

К4 = валовая прибыль / сумма всех активов;

К5 = чистая выручка от реализации продукции / сумма всех активов.

В зависимости от величины показателя «СчетЛ-счета», определяется вероятность банкротства фирмы:

до 1,8 - очень высокая;

1,81 - 2,7 - высокая;

2,71 - 3,0 - возможная;

более 3,0 - очень низкая.

По этопримере спрогнозировать банкротство на один год можно с точностью до 90%, на два - до 70%, на три - 50%. В настоящее время разработана и широко используется компьютерная версия Альтмана.

Финансовый план - это наиболее регламентированная часть при разработке бизнес-плана. Главная задача - обобщить все представленное в предыдущих частях бизнес-плана и дать денежную оценку настоящего и будущего состояния предприятия.

Проведение стратегии в жизнь зависит от планирования и использования разработанных планов как инструмента контроля за деятельностью предприятия. Контроль предполагает учет данных для сравнения с плановыми величинами.

Выделяют чаще всего пять контрольных документов-таблиц:прогноз прибылей и убытков (доходов и расходов, финансовых результатов);

- баланс предприятия (прогнозный),
- прогноз движения денежных средств;
- финансовые коэффициенты.

Эти документы образуют костяк мероприятий по планированию. Анализ точки безубыточности приводится в том случае, если он не сделан в других главах.

Основные формы представления информации. Обязательным элементом финансового плана является использование примечаний к таблицам. Содержание этих примечаний - объяснение в таблицы по тем предположений, которые были сделаны в ходе прогноза. Основные требования к предположениям: наличие прямой связи с другими главами бизнес-плана, разумность (допустимость) цифр, приводящие и выводов несмотря на субъективный характер прогноза. Учет основных значимых факторов для составления прогнозов предполагает рассмотрение нескольких составляющих **на уровне отрасли:**

- направления развития отрасли в прошлом (рост, снижение, стагнация);
- сложившиеся тенденции (темпы роста и прироста) существующие прогнозы на будущее (сторонних организаций, экспертов);
- прогнозы с учетом действия важных для этой отрасли событий и явлений.

На уровне компании:

- сложившиеся тенденции в прошлом по каждой составляющей доходов и расходов (темпы роста и прироста);
- имеющиеся планы (расчета) по изменению составляющих доходов и расходов;
- прогнозы объемов продаж - основа большей части финансового планирования.

Сначала все товары и услуги разбиваются на несколько групп, и делается три варианта прогноза:

- лучший (оптимистический, максимальный);
- плохой (пессимистический, минимальный);
- наиболее вероятный (реалистический);

Основой прогноза является маркетинг-план и производственный план, точнее это результаты согласования этих глав.

Далее нужно перейти к представлению как минимум одного варианта прогноза с пояснениями и примечаниями. Другие варианты можно представить в приложении.

Для первого года прогноза принято представление величин ежемесячно, во второй год - поквартально; в третьем и далее годам - одной цифрой. Минимальный горизонт планирования в целом для бизнес-плана для внешнего пользования - три года.

Прогнозирование прибылей и убытков. Основой этого прогноза является предварительный документ (прогноз продаж), а также результаты анализа состояния предприятия и планы по изменению в маркетинге,

производстве и организации производства, которые влияют на показатели этой формы. Перечень показателей, рекомендуемых к использованию, в этой форме не случаен. Представленный образец содержит минимальный набор показателей, необходимый для анализа прогноза, с точки зрения обоснованности. При необходимости перечень статей может быть расширен. Это имеет смысл делать в тех случаях, когда отдельных составляющих комплексных статей играют важную роль в характеристике конкурентных преимуществ конкретного бизнеса (например, составляющие себестоимости могут быть детализированы). Однако, стоит помнить, что в бизнес-плане для внешнего пользования важно обеспечить простоту и лаконичность.

Прогнозный баланс. Реальные формы бухгалтерской отчетности редко приводятся в бизнес-планах. Формы баланса, приводят в бизнес-планах, чаще всего бывают агрегированными, то есть укрупненными.
Степень детализации зависит от целей составления бизнес-плана. Кроме этого, в бизнес-планах для внешнего пользования информация, представляющая в балансах, должна приближаться к международным стандартам, и поэтому первичные материалы необходимо трансформировать в соответствии с этими требованиями.

Прогноз движения денежных средств. Формат представления этого прогнозного документа также зависит от особенностей бизнеса. В бизнес-плане для внешнего пользования можно предлагать агрегированные формы. Основное условие - возможность увидеть и понять объемы и структуру потоков.

Основное различие между этими двумя документами заключается в том, что схема производственных потоков предусматривает наглядное изображение потоков сырья, материалов, энергии и необходимость обслуживания, а технологическая схема призвана показывать принципиальную последовательность операций при обработке сырья в готовый продукт. На практике, в зависимости от особенностей бизнеса, возможно приведение некоторого смешанного варианта.

Контрольные вопросы, на которые необходимо дать ответ разработчика главы «Финансовый план»

Охарактеризуйте результативность будущей деятельности предприятия, с точки зрения формирования и динамики прибыли в плановом периоде:

1. Какими предусматриваются объемы продаж продуктов (услуг) предприятия в плановом периоде (по месяцам за первый год и по кварталам за второй и третий годы)?
2. На каких предположениях основываются прогнозы ожидаемых объемов продаж?
3. Какие прямые и общепроизводственные (операционные) затраты на производство и реализацию товаров (услуг) предприятия вы прогнозируете?
4. Какие, по вашему мнению, будут объемы валового, операционного дохода и прибыли предприятия?
5. Какими (согласно графиком безубыточности) должны быть объемы продаж предприятия, чтобы оно стало прибыльным?

Объясните, как прогнозируются денежные поступления и выплаты предприятия в течение планового периода:

1. Сколько наличных средств будет у предприятия на начало каждого месяца в течение первого года его функционирования?
2. Какие денежные поступления и выплаты планируются в течение каждого месяца?
3. Когда (период) предприятие будет испытывать дефицит (или излишек наличности?
4. Сколько средств нужно взять в долг на периоды дефицита и когда они будут возвращены?

Охарактеризуйте финансовое состояние предприятия на конец каждого года планового периода и дайте оценку ожидаемой эффективности финансовой деятельности предприятия:

1. Вычислить активы, пассивы и собственный капитал предприятия на конец каждого года планового периода, составьте балансы.

2. Будет ли предприятие способно оплачивать свои краткосрочные долговые обязательства (каков уровень ликвидности предприятия)?

3. Будет ли предприятие способно выполнять свои долгосрочные обязательства по мере наступления сроков платежей (каков уровень платежеспособности предприятия)?

4. Какого уровня рентабельности стремится достичь предприятие в плановом периоде?

5. Как рассчитаны финансовые коэффициенты соотносятся с показателями аналогичных предприятий и с среднеотраслевыми? Какие коэффициенты не совпадают и как это объяснить?

6. Насколько достоверны прогнозы и предположения, на которых основывались финансовые расчеты? В каком диапазоне могут изменяться эти прогнозы и предположения, чтобы реализация данного предпринимательского проекта оставалась экономически целесообразной?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ (2-3 страницы)

Кратко суммируйте ключевые выводы по каждой главе. Выводы: Ответьте на вопрос: «Достигнута ли цель работы, решены ли задачи?». Перспективы: Сделайте итоговый вывод о целесообразности и инвестиционной привлекательности проекта. Каковы дальнейшие перспективы развития бизнеса?

ПРИЛОЖЕНИЯ Указываются дополнительные материалы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Перечень всех учебников, статей, нормативных актов, сайтов, которые вы использовали при написании работы. Оформляется по ГОСТу.

7. Критерии оценки качества выполнения

Общими критериями оценивания курсовой работы являются: соответствие содержания курсовой работы теме, по которой она выносится на защиту;

научно-практическое значение предложений и выводов курсовой работы;

соответствие работы требованиям, предъявляемым к оформлению и содержанию;

уровень защиты курсовой работы.

В процессе защиты и при оценивании курсовой работы также обращается внимание на: обоснование выбора темы работы и четкое формулирование ее целей и задач; степень соответствия объема и содержания темы курсовой работы ее целям и задачам; использование первичного периодического материала; глубокое понимание современного состояния рассматриваемых в работе проблем; самостоятельность мышления и творческий подход к проблеме; логику и четкость изложения материала; обоснованность основных положений, выводов; знание литературы по разрабатываемой теме; качество оформления работы; правильность ответов на вопросы в ходе защиты работы.

Результаты учебной деятельности оцениваются по государственной шкале и шкале ECTS. Механизм конвертации результатов учебной деятельности в оценки по государственной шкале и шкале ECTS представлен в таблице.

Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС Донецкого филиала РАНХиГС.

Итоговая балльная оценка	**Традиционная система**	**Бинарная система**	**ECTS**	
			Для традиционной системы	**Для бинарной системы**
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74	Удовлетворительно		B	P/ Passed
60-69			E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Курсовая работа оценивается дифференцированной оценкой: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценивания курсовой работы и распределение баллов по ним

Критерии и основные требования к выполнению	Количество баллов		
	«отлично»	«хорошо»	«удовлетвори-тельно»
Полнота изложения материала и степень раскрытия проблемы	40-37	37-32	32-29
Исследовательские навыки	10-9	9-7	7-4
Аналитические навыки и критическое мышление	20-17	17-13	13-9
Оригинальность выводов и рекомендаций	15-13	13-11	11-8
Соблюдение требований к оформлению	5	5-4	4-3
Защита работы	10-9	8	7
Всего баллов	100-90 (A)	89-75 (B, C)	74-60 (D, E)

Оценку «отлично» получают работы, в которых содержатся элементы научного творчества, делаются самостоятельные выводы, дается аргументированная критика и самостоятельный анализ фактического материала

на основе глубоких знаний специальной литературы по данной теме.

Оценка «хорошо» ставится тогда, когда в работе, выполненной на достаточном теоретическом уровне, полно и всесторонне освещаются вопросы темы, но нет должной степени творчества.

Оценку «удовлетворительно» имеют работы, в которых правильно освещены основные вопросы темы, но не проявилось умение логически стройного их изложения, самостоятельного анализа источников, содержатся отдельные ошибочные положения.

Оценку «неудовлетворительно» получают работы в случае, когда студент не может ответить на замечания рецензента, не владеет материалом работы, не в состоянии дать объяснения выводам и теоретическим положениям данной проблемы.

Оценка за курсовую работу является самостоятельной и не имеет непосредственной связи с итогами текущего контроля знаний обучающегося.

Лучшие работы можно рекомендовать на конкурсы студенческих работ, а также для печати в студенческих сборниках. Курсовые работы подаются на конкурсы, когда они представляют собой разработки, проведенные студентами в процессе обучения, и полученные в них результаты опубликованы, внедрены в практику или в учебный процесс. Защищенные курсовые работы сдаются на кафедру.

Если обучающийся получил неудовлетворительную оценку за курсовую работу он не допускается к сдаче семестрового экзамена.

Обучающийся, не предоставивший курсовою работу в установленный срок или не защитивший ее по неуважительной причине, считается имеющим академическую задолженность.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Армстронг, Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг. - М.: Вильямс И.Д., 2019. - 752 с.

2. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А.Баринов. -: Форум: ИНФРА-М, 2013. - 273 с.

3. Бекектова, О.Н. Бизнес-план: теория и практика: учебное пособие для вузов / О.Н. Бекектова, В.И. Найденкова. - М.: «Приор-издат », 2015. - 388 с.

4. Бизнес-планирование : учебное пособие / составители Ю.В. Устинова, Н. Ю. Рубан. - Кемерово : КемГУ, 2020. - 73 с. - ISBN 9785-83532614-3. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: https:// eJanbook.com/book/156122 (дата обращения: 10.03.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Бизнес-планирование: учебник / род ред. В. М. Попова и С.П.Ляпунова. - М .: Финансы и статистика, 2010. - 672 с.

6. Бринк, И.Ю. Бизнес-план предприятия. Теория и практика / И.Ю. Бринк, Н.А. Савельева // Серия «Учебники, учебные пособия». Ростов н / Д: Феникс, 2011. - 384 с.

7. Будович, Л.С. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности : учебно-методическое пособие / Л.С. Будович, Ю.В. Старцева. - Москва : РТУ МИРЭА, 2021. - 177 с. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: https://eJanbook.com/book/182556 (дата обращения: 10.03.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей.

8. Джакубова, Т. Н. Бизнес-план: расчеты по шагам : учебное пособие / Т. Н. Джакубова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Финансы и статистика, 2021. - 104 с. - ISBN 978-5-00184-034-3. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: https://eJanbook.com/book/179777 (дата обращения: 10.03.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей.

9. Каледин, С. В. Корпоративные финансы : учебник для вузов / С.В. Каледин. - Санкт-Петербург : Лань, 2021. - 480 с. - ISBN 978-5-81146774-7. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: https://eJanbook.com/book/165832 (дата обращения: 10.03.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей.

10. Кузнецов А.И., Омельченко И.Н. Технология бизнес- планирования: учеб.пособие / Под ред. А.А. Колобова.-М: Изд-во МГТУ им. Н.Э.Баумана, 2015. - 192 с.

11. Куликова, Н. Н. Управление инновационной деятельностью : учебно-методическое пособие / Н. Н. Куликова. - Москва : РТУ МИРЭА, 2021. - 101 с. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: https://eJanbook.com/book/182560 (дата обращения: 10.03.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей.

12. Петрученя, И. В. Бизнес-планирование : монография / И.В. Петрученя, А.С. Буйневич. - Красноярск : СФУ, 2021. - 196 с. - ISBN 978-57638-4392-7. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: https://eJanbook.com/book/181653 (дата обращения: 10.03.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей.

Электронные ресурсы:

13. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - http://cyberleninka.ru/

14. Научная электронная библиотека http:// eLIBRARY.RU - elibrary.ru/

15. Журналы Высшей https:// школы экономики - НИУ ВШЭ - www.hse.ru/science/journals

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Бизнес-план и его информационное обеспечение.
2. Бизнес-план и задачи его разработки.
3. Бизнес-план и методы его продвижения на рынок.
4. Бизнес-план и учет конкурентных преимуществ субъектов хозяйствования при его разработке.
5. Бизнес-план как инструмент управления.
6. Бизнес-план, методика его разработки и контроль исполнения.
7. Бизнес-план, показатели определяющие критерии его эффективности.

Приложение Б

Должность, звание _____

Ф.И.О. _____

(руководителя структурного подразделения)

обучающегося __ курса, ___ формы обучения

группы _____

Ф.И.О. _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу разрешить выполнение курсовой работы по следующей теме «_____».

Обоснование целесообразности выполнения курсовой работы на самостоятельную тему (если тема, не включена в тематику).

20___ г. *(подпись)* *(Ф.И.О. обучающегося)*

Приложение В

Отзыв руководителя на курсовую работу

Обучающегося образовательной программы бакалавриата на тему: « _____ _____ »

№ п/п	Критерий оценки	Оценка руководителя
1	Актуальность темы	*Четкость формулировки проблемы, обоснование её научной или практической значимости.*
2	Работа с источниками и данными	*Умение находить, анализировать и критически оценивать актуальные источники (научные статьи, данные, нормативные акты).*
3	Методологическая грамотность	*Корректный выбор и применение методов исследования, обоснование методологической базы.*
4	Аналитическая глубина и самостоятельность	*Способность к интерпретации данных, выявлению закономерностей, формулированию аргументированных выводов.*
5	Структурная логичность и ясность изложения	*Соответствие структуры цели работы, связность разделов, доступность языка при сохранении научного стиля.*
6	Практическая / прикладная ценность	*Наличие рекомендаций, моделей, алгоритмов или других результатов, применимых в реальной практике.*
7	Оформление и техническое соответствие	*Соблюдение стандартов оформления, грамотность, корректность цитирования и библиографии.*
8	Оригинальность подхода	*Элементы новизны в постановке задачи, методах или интерпретации результатов.*
9	Умение видеть ограничения и перспективы	*Критическая оценка границ проведённого исследования, предложения по дальнейшей разработке темы.*
10	Качество презентации результатов	*Чёткость формулировок, наглядность графиков / таблиц, логика итогового резюме.*
11	Рекомендуемая оценка руководителя	*Итоговое заключение научного руководителя о качестве работы.*

Комментарии к оценке: _____

Руководитель _____
(ученая степень, ученое звание)

_____ _____
(подпись) **(Ф.И.О.)**

« _____» 20___ г.

Приложение Д

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДОНЕЦКИЙ ФИЛИАЛ

Факультет менеджмента
Кафедра менеджмента непроизводственной сферы

КУРСОВАЯ РАБОТА (ПРОЕКТ)
по дисциплине « _____ »
на тему «_____»

Автор работы:
обучающийся __ курса, ___ формы обучения
группы _____
Ф.И.О. _____

Руководитель курсовой работы:
Должность, звание _____
Ф.И.О. _____
Защищено с оценкой _____

(подпись преподавателя)

«_____» 20 г.

Донецк
20

Приложение Г

Образец содержания курсовой работы

СОДЕРЖАНИЕ

ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ *(при необходимости)*……

ВВЕДЕНИЕ .....

ГЛАВА1. ПОДГОТОВИТЕЛЬНАЯ СТАДИЯ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА……...

1.1..... Описание бизнес-идеи .....

1.2..... Резюме бизнес-плана .....

1.3. Юридическое обоснование бизнеса .....

ГЛАВА 2. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН .....

2.1. Характеристика продукта и метода ценообразования .....

2.2. Место реализации проекта и описание конкуренции на рынке.....

2.3. Способы продвижения на рынке и характеристика производства

ГЛАВА 3. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ И ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН.....

3.1. Управленческий и производственный план .....

3.2. Планируемые показатели деятельности предприятия .....

3.3. Оценка рисков .....

ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....

ПРИЛОЖЕНИЯ *(при необходимости*) .....

ПРИМЕРЫ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИХ ЗАПИСЕЙ ДОКУМЕНТОВ В СПИСКЕ ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

(Библиографические записи оформляются в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.100 - 2018)

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации : офиц. текст. - М. : Маркетинг, 2001. - 39 с.

2. Семейный кодекс Российской Федерации : [федер. закон : принят Гос. Думой 8 дек. 1995 г. : по состоянию на 3 янв. 2001 г.]. - СПб. : Стаун-кантри, 2001. - 94 с.

3. Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры : приказ Минобрнауки России от 29.06.2015 № 636 (ред. от 28.04.2016) : (зарегистрирован в Минюсте России 22.07.2015 № 38132). - Официальный интернет-портал правовой информации http://www.pravo.gov.ru, 24.07.2015 № 0001201507240021.

4. Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 41.03.05 Международные отношения : приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017 № 555 : (зарегистрирован 05.07.2017 № 47304). - Официальный интернет-портал правовой информации http://www.pravo.gov.ru, 07.07.2017 № 0001201707070002.

Книги

1. Борозда, И. В. Лечение сочетанных повреждений таза / И. В. Борозда, Н. И. Воронин, А. В. Бушманов. - Владивосток : Дальнаука, 2009. - 195 с.

2. Гайдаенко, Т. А. Маркетинговое управление: принципы управленческих решений и российская практика / Т. А. Гайдаенко. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Эксмо : МИРБИС, 2008. - 508 с.

3. Маркетинговые исследования в строительстве : учебное пособие для студентов специальности "Менеджмент организаций" / О. В. Михненков, И. З. Коготкова, Е. В. Генкин, Г. Я. Сороко. - М. : Государственный университет управления, 2005. - 59 с.

4. Соколов, А. Н. Гражданское общество: проблемы формирования и развития (философский и юридический аспекты) : монография / А. Н. Соколов, К. С. Сердобинцев ; под общ. ред. В. М. Бочарова. - Калининград : Калининградский ЮИ МВД России, 2009. - 218 с.

5. Сычев, М. С. История Астраханского казачьего войска : учебное пособие / М. С. Сычев. - Астрахань : Волга, 2009. - 231 с.

6. Управление бизнесом : сборник статей. - Нижний Новгород : Изд- во Нижегородского университета, 2009. - 243 с.

Стандарты

1. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Международный стандартный книжный номер. Использование и издательское оформление : ГОСТ Р 7.0.53-2007. - Введ. 200807-01. - М. : Стандартинформ, 2007. - 5 с.

Диссертации и авторефераты диссертаций

2. Лагкуева, И. В. Особенности регулирования труда творческих работников театров : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.05 / Лагкуева Ирина Владимировна. - М., 2009. - 168 с.

3. Лукина, В. А. Творческая история «Записок охотника» И. С. Тургенева : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.01 / Лукина Валентина Александровна. - СПб., 2006. - 26 с.

4. Покровский, А. В. Устранимые особенности решений эллиптических уравнений : дис. . д-ра физ.-мат. наук : 01.01.01 / Покровский Андрей Владимирович. - М., 2008. - 178 с.

5. Сиротко, В. В. Медико-социальные аспекты городского травматизма в современных условиях : автореф. дис. . канд. мед. наук : 14.00.33 / Сиротко Владимир Викторович. - М., 2006. - 17 с.

Депонированные научные работы

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

Отчеты о научно-исследовательской работе

2. Методология и методы изучения военно-профессиональной направленности подростков : отчет о НИР / А. Л. Загорюев. - Екатеринбург : Уральский институт практической психологии, 2008. - 102 с.

Статьи

3. Берестова, Т. Ф. Поисковые инструменты библиотеки / Т. Ф. Берестова // Библиография. - 2006. - № 6. - С. 19.

4. Кригер, И. Бумага терпит / И. Кригер // Новая газета. - 2009. - 1 июля.

5. Электронные ресурсы

6. Насырова, Г. А. Модели государственного регулирования страховой деятельности [Электронный ресурс] / Г. А. Насырова // Вестник Финансовой академии. - 2003. - № 4. - URL: http://vestnik.fa.ru/4(28)2003/4.html (дата обращения: чч.мм.гггг).