

**ГАОУ ВО «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»**

*Утверждены решением
Ученого совета ДГУНХ,
протокол № 13 от 06 июля 2020 г.*

Кафедра экономики

**Методические указания
по выполнению курсовой работы по дисциплине
«Основы предпринимательства»**

**Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент,
профиль «Менеджмент организации»**

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения - очная, заочная

Махачкала – 2020

УДК 338.33

ББК 65.29

Составитель – Мусаева Светлана Халитовна, старший преподаватель кафедры экономики ДГУНХ.

Внутренний рецензент - Султанбекова Зумруд Магомед-Назировна, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Бухгалтерский учет - 2» ДГУНХ.

Внешний рецензент - Азаев Азиз Магомеднабиевич, кандидат экономических наук, преподаватель кафедры «Менеджмент» Дагестанского государственного технического университета.

Представитель работодателя - Папалашов Абдулвагаб Яхьяевич, генеральный директор ОАО «Завод им. Гаджиева», доктор экономических наук, профессор.

Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Основы предпринимательства» разработаны в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления 38.03.02 «Менеджмент», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 12 января 2016 г., № 7, в соответствии с приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Основы предпринимательства» размещены на официальном сайте www.dgunh.ru

Мусаева С.Х. Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Основы предпринимательства» для направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиля «Менеджмент организации». – Махачкала: ДГУНХ, 2020 г., 45 с.

Рекомендованы к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 03 июля 2020 г.

Рекомендованы к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Менеджмент организации», к.э.н., доцентом Минатуллаевым А.А.

Одобрены на заседании кафедры экономики 30 июня 2020 г., протокол № 11.

Содержание

Введение	4
1. Основные требования к оформлению текста работы	5
2. Структура курсовой работы	7
3. Форма бизнес-плана, рекомендуемая для выполнения курсового проекта	10
4. Рекомендуемые темы для выполнения теоретической части	27
5. Примеры бизнес-проектов для второй главы	30
6. Рекомендуемая литература	33
7. Интернет-ресурсы	34
8. Приложения	35

Введение

Предприниматель выступает как самостоятельный товаропроизводитель, действующий в соответствующем рыночном окружении. Поэтому оценка любого предпринимательского проекта должна обязательно учитывать особенности функционирования рынка, в частности подвижность многих характеризующих проект параметров, неопределенность достижения конечного результата, субъективность интересов различных участников проекта и, как следствие, множественность критериев его оценки.

Поэтому происходящие в экономике изменения должны находить свое отражение в совершенствовании учебного процесса по экономическим дисциплинам.

Основными этапами курсовой работы являются выбор темы, определение объекта исследования, изучение теоретических основ и проблем, решаемых в работе, краткая характеристика объекта исследования, систематизация экономической, статистической и бухгалтерской информации, проектирование предлагаемых в теории или практике применимых для данного объекта решений.

Целью курсовой работы является изучение приемов, методов и привитие навыков выполнения предпринимательских проектов и их технико-экономических обоснований на базе полученных ранее знаний. В процессе выполнения курсовой работы (курсового проекта) развиваются навыки научного труда, аналитической работы, использования научной литературы и информационно-справочных материалов.

Таким образом, курсовая работа является завершающим (интегральным) этапом экономического образования студентов.

При выполнении курсовой работы студентам необходимо тщательное изучение и анализ технических, экономических, социальных факторов. Будущий специалист должен уверенно владеть приемами и методами технико-экономического обоснования, уметь выбирать оптимальные варианты, грамотно анализировать обобщающие финансово-экономические показатели проекта, уметь оценить риск.

Методические указания составлены применительно к курсовой работе по дисциплине «Основы предпринимательства».

Основные требования к оформлению текста работы

1. Работа выполняется на белой стандартной бумаге формата А4 (210*297мм).
2. Работа печатается через 1,5 интервала при размере шрифта 14.
3. Поля: левое – 3, верхнее, нижнее – 2, правое 1,5.
4. Объем курсовой работы – 35-40 стр.
5. Страницы нумеруются, начиная со второй. Первая страница, т.е. титульный лист, не нумеруется, но считается. Страницы нумеруются в правом нижнем углу.
6. Оформление заголовков:
 - заголовок может располагаться как по центру строки, так и от левого поля;
 - заголовок выделяют жирным шрифтом;
 - в конце заголовка знаки препинания не ставятся;
 - между заголовком и текстом делают на 1 интервал больше, чем между строками текста;
 - нельзя писать заголовок в конце страницы, если за ним не уместятся 2-3 строки идущего за заголовком текста.
7. Знаки препинания ставятся непосредственно после последней буквы слова. После них делают пробел (кроме многоточия).
8. Слова, заключенные в скобках, не отделяются от них пробелами.
9. Знак «тире» всегда выделяется с двух сторон пробелами.
10. После знака параграфа или № делают пробел.
11. Знак % пишется после цифры без пробела.
12. Каждый абзац печатается с красной строки – 1 см.

Таблицы нумеруются двойной записью сквозной для данного раздела, располагая с левой стороны листа. Заголовки граф и строк следует писать с прописной буквы, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельные значения. В конце заголовка и подзаголовков таблиц точки не ставят. Заголовки и подзаголовки граф указывают в единственном числе.

Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице, а при необходимости в приложении к работе.

Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа (альбомная ориентация).

Если в конце страницы таблица прерывается и ее продолжение размещается на следующей странице, в первой части таблицы нижнюю горизонтальную линию, ограничивающую таблицу, не проводят.

Если в большинстве граф таблицы приведены показатели, выраженные в одних и тех же единицах (например, в центнерах, рублях), но имеются строки с показателями, выраженными в других единицах (например %), то над таблицей после ее заголовка следует писать наименование преобладающего показателя и обозначения его величины.

Если числовые значения величин в графах таблицы выражены в разных единицах величины, их обозначения указываются в подзаголовке каждой графы. Отдельной графы для единиц измерения выделять не следует.

Цифры в графах таблиц должны проставляться так, чтобы разряды чисел во всей графе были расположены один под другим, если они относятся к одному показателю. В одной графе должно быть соблюдено одинаковое количество десятичных знаков для всех значений величин.

Если данные взяты из какого-то источника, то под таблицей надо писать:

Источник данных: Российская Федерация в 2012 году. Статистический сборник. – М., 2010. – с.26

Формулы обязательно должны нумероваться сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записываются на уровне формулы справа в круглых скобках. Например:

Индивидуальный индекс цен исчисляются по формуле:

$$i_p = \frac{P_i}{P_o}, \quad (1)$$

где P_i - цена в отчетном периоде;

P_o - цена в базисном периоде.

Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках, например: «Согласно формулы (1)...».

Допускается нумерация формул в пределах раздела и порядкового номера формулы, разделенной точкой, например (3.1). Порядок изложения математических уравнений такой же, как и формул.

Все схемы, графики, диаграммы, картограммы оформляются как рисунки.

Например:

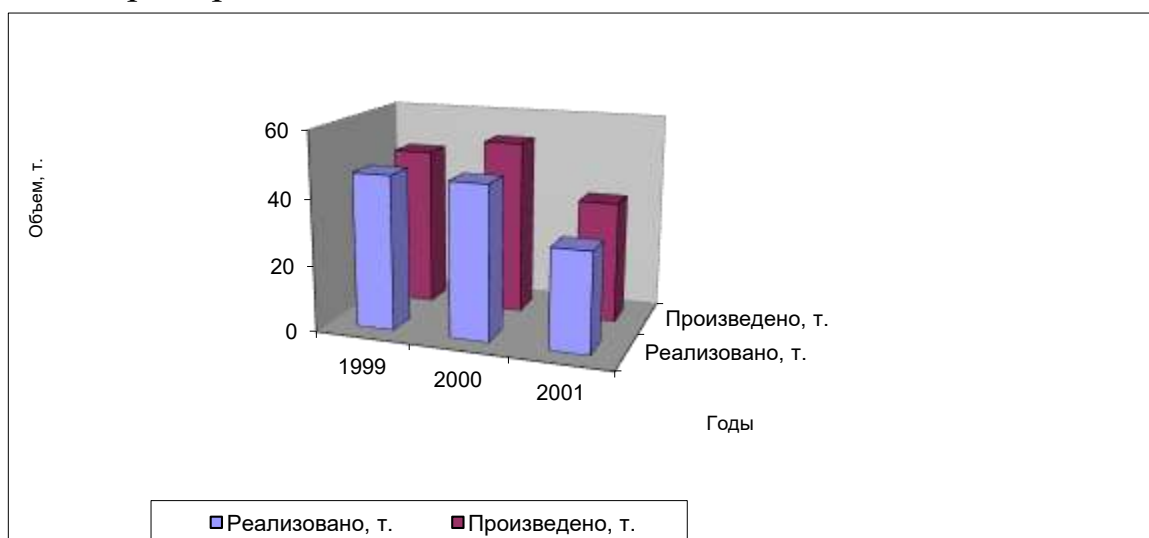


Рис. 2.1- Производство и реализация мяса бройлеров

Структура курсовой работы

Содержание курсовой работы должно соответствовать ее названию.

Работа подшивается в следующей последовательности:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение
- основная часть курсового проекта (текст);
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения.

Титульный лист – это начальный лист курсовой работы, который оформляется согласно установленному образцу (приложение 2).

Содержание (оглавление или план) – отражает логику изложения материала, порядок построения работы и взаимосвязь ее отдельных частей. Это перечень разделов, параграфов или пунктов, составленный в той последовательности, в какой они даны в проекте, где указывают номер страницы, на которой содержится начало раздела, параграфа. Содержание прилагают после титульного листа (на второй странице проекта), так как при проверке и использовании проекта это дает возможность сразу понять ее структуру.

Структура курсовой работы должна содержать следующие основные элементы:

Введение

Теоретическая часть

Бизнес-план (расчетно-конструктивная часть)

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Введение (начинается на третьей странице), где излагаются актуальность и основные положения темы, выбранной студентом в качестве курсовой работы, краткая характеристика истории или состояния теории рассматриваемого вопроса, степень его разработанности, объект и предмет анализа, цель и задачи для раскрытия выбранной темы. Автор в краткой форме анализирует использованную при написании курсовой работы информацию, полученную из литературных и других источников, статистические материалы. Материалы, на основании которых выполняется работа - это годовые и статистические отчеты, первичные документы, бизнес-планы, технологические карты. Во введении обосновываются

методы, использованные для раскрытия темы исследования. Объем введения составляет в среднем 2-3 напечатанные страницы.

Основная часть курсовой работы состоит из двух частей – это теоретическая часть и расчетно-конструктивная.

Теоретическая часть (**8-10стр.**) – это один из важных разделов курсовой работы, должна представлять собой литературный обзор по изучаемой теме с изложением различных точек зрения на предмет (проблему) изучения, их анализ и обобщение. Рассмотрение теоретических вопросов рекомендуется увязывать с разбором примеров из реальной практики в части решения конкретных организационных, правовых, экономических или социальных вопросов.

В первую очередь студенту необходимо ознакомиться с литературой по данной тематике (данному вопросу). В поиске нужной литературы следует использовать тематический каталог библиотеки. На основе небольшого числа обнаруженных работ по теме исследования появится возможность выявить другие статьи и авторов, занимающихся данными проблемами или смежными вопросами, в том числе и из зарубежных источников, а каждая научная работа содержит, как правило, список литературы. Такая работа позволит составить собственную картотеку источников по выбранной теме. Иногда в разнообразных источниках встречаются противоречивые суждения различных авторов по исследуемой проблеме, а это позволит автору курсового проекта критически разобраться в выдвигаемых научных положениях и выработать свою позицию, или принять за основу те теоретические посылки, которые являются наиболее правильными. Можно отбирать статьи по изучаемой проблеме из периодических изданий за определенный период.

В последние годы выходит огромное количество периодических изданий по проблемам бизнеса: газет, журналов, брошюр, которые облегчают ориентировку в новой информации по любому исследуемому вопросу. Такого рода источники содержат самую «свежую» информацию по изучаемым вопросам, новые оригинальные подходы к решению сложных насущных проблем предпринимательской деятельности.

Выписки из источников необходимо снабжать определенными указаниями (автор, работа, где и когда опубликована, страница) – это пригодится при ссылках на литературу.

При выполнении курсового проекта необходимо использовать различные методы исследования: традиционные (описательный, сравнительный), статистические, математические; математического моделирования и другие. В своем курсовом проекте студенту необходимо показать какие методы были им отобраны для описания своего объекта исследования, и почему именно эти методы «работают» лучше для достижения поставленной цели в работе.

Таким образом, содержание теоретической части должно показать, насколько студент владеет знаниями по теме исследования, насколько в целом пополнился его научный опыт, как это используется в самостоятельной научной работе.

Основное содержание работы – бизнес-план предприятия, который является расчетно-конструктивным (вторая часть проекта) и представляет собой несколько разделов.

В них студент должен показать умение проектировать и прогнозировать результаты предлагаемых им мероприятий, доказать их целесообразность и необходимость, подтвердить расчетами. Эти разделы отличаются индивидуальностью, так как проектная часть будет зависеть от выбранной студентом бизнес идеи, индивидуальными заданиями для расчетов показателей финансового плана, умения студента использовать теоретический материал, опыт передовых предприятий.

В заключении делаются обобщающие выводы, а так же дается характеристика всей проделанной в процессе курсового проектирования работе. Выводы должны вытекать из изложенного ранее материала, а предложения - обоснованы и носить конкретный характер.

Список литературы. Он помещается в курсовом проекте непосредственно после заключения. Общее количество литературных источников, на которые в курсовом проекте делаются ссылки для студентов – не менее 15. В список литературы включаются только те источники, на которые есть ссылки в тексте.

Приложение. Приложение помещается в проекте за списком литературы. В приложение выносятся таблицы с данными вспомогательного характера, объемные вычисления, вывод формул, заполненные формы первичных документов, расчетов, таблиц и т.п. На каждом из них в правом верхнем углу пишется слово «Приложение» и проставляется порядковый номер без написания значка «№». Например: Приложение 1, Приложение 2 и т.д. Нумеруются приложения в той последовательности, в которой их данные используются в работе. Прилагаемые и используемые в курсовой работе документы (должностные обязанности, формы отчетов и расчетов) должны быть заполнены и оформлены в соответствии с требованиями, предъявляемыми к таким документам. Вместо подписей на документах указываются фамилия, имя, отчество должностных лиц.

Курсовая работа может и не иметь приложения, если в них нет необходимости.

Форма бизнес-плана, рекомендуемая для выполнения курсовой работы

1. Резюме

2. Сущность предлагаемого проекта

Общие исходные данные и условия.

Описание товара.

3. Исследование (анализ) рынка

Описание потребителей товара.

Оценка конкурентов.

Оценка собственных сильных и слабых сторон относительно конкурентов.

4. План маркетинга

Цели маркетинга.

Стратегия маркетинга.

Комплекс маркетинга.

5. План производства

Характеристика производственной деятельности предприятия.

Материальные факторы производства.

Описание производственного процесса.

6. Организационный план

Организационно-правовая форма собственности фирмы.

Структура управления фирмы.

Трудовые ресурсы фирмы.

7. Финансовый план

План себестоимости продукции

Расчет потоков наличности (доходы и расходы)

Инвестиционный план

8. Оценка эффективности бизнес-плана

Расчет точки безубыточности проекта.

Рентабельность инвестиций.

Рентабельность продаж.

Срок окупаемости инвестиций.

1. Резюме (1-2 стр.)

Данный раздел бизнес-плана готовится в самом конце работы по завершении и готовности всех остальных разделов, т.е. при достижении полной ясности всех аспектов разрабатываемого проекта. Это характеристика проекта, раскрывающая цели проекта и доказательства его выгоды. В нем необходимо показать, в чем сущность проекта, назвать преимущества продукции (услуг) в сравнении с лучшими отечественными и зарубежными аналогами, указать объем ожидаемого спроса на продукцию, потребность в инвестициях и срок возврата заемных средств.

2. Сущность предлагаемого проекта (3-4 стр.)

В этом разделе отражаются собственно идея проекта, основной замысел организации, географические аспекты, отраслевая направленность – аренда, необходимость реконструкции, чем хорошо место для Вашего бизнеса).

Специфика работы (сезонность, время работы (часы и дни недели), и другие особенности, связанные со сферой бизнеса и т.п.

Здесь требуется представить следующие принципиальные данные:

- Идеи и суть проекта;
- Месторасположение предприятия (кратко описать: адрес предприятия, характеристика здания или помещения, собственность или используемыми ресурсами).
- Основные факторы успеха;
- Особенности предлагаемых товаров (услуг, работ) и их преимущества в сравнении с аналогичной продукцией конкурентов;
- Функциональное назначение продукции, для каких целей она предназначена;
- Примеры использования продукции;
- Технологичность;
- Универсальность;
- Соответствие продукции принятым стандартам;

Любой предпринимательский проект базируется на той продукции (услуге), которая будет предложена потребителю (покупателю) и принесет прибыль предпринимателю.

Основой основ предпринимательской деятельности является знание того, что получит покупатель за свои деньги - потребительские характеристики продукции (услуги) и их преимущества перед конкурентами.

Необходимо наглядное и убедительное представление товара или изделий (услуг), произведенных с помощью вашей технологии. В бизнес-плане дается описание по каждой продукции (услуге) отдельно.

Примерная структура раздела.

1. Наименование продукции (услуги)
2. Назначение и область применения
3. Краткое описание и основные характеристики
4. Конкурентоспособность продукции (услуги), по каким параметрам превосходит конкурентов, по каким уступает им.
5. Патентоспособность и авторские права
6. Наличие или необходимость лицензирования выпуска продукции
7. Степень готовности
8. Наличие сертификата качества продукции
9. Безопасность и экологичность

10. Условия поставки и упаковка
11. Гарантии и сервис
12. Эксплуатация
13. Утилизация после окончания эксплуатации

3. Исследование (анализ) рынка (2-3стр.)

Составляя данный раздел, следует учитывать следующие факторы:

- Привлекательность рынка
- Анализ внешней макросреды
- Конкурентная позиция на рынке
- Характеристика целевых сегментов

Цель данного раздела – показать, что существует объективная возможность предприятию производить и продать свой товар (услугу). Необходимо продемонстрировать, что для товара (услуги) рынок сбыта действительно существует, и что можно воспользоваться возможностями, которые он предоставляет.

Привлекательность рынка может определяться:

- удельным весом отраслевого производства в общем объеме производимой продукции;
- объёмом и динамикой импорта планируемой к производству продукции;
- объёмом и динамикой инновационной продукции отрасли проектирования и т. д.

Привлекательность рынка также может оцениваться наличием программ поддержки со стороны государства и региона.

В результате анализа внешней макросреды необходимо определить наиболее благоприятные обстоятельства (возможности), которые создаваемое предприятие может использовать для создания и развития конкурентных преимуществ, а также наиболее неблагоприятные факторы (угрозы), которые могут оказать негативное воздействие на конкурентную позицию создаваемого предприятия.

Конкурентная позиция на рынке анализируется с учётом отраслевой принадлежности создаваемого предприятия и предполагаемого района его действий.

Предварительно следует выявить основных конкурентов создаваемого предприятия. Среди выявленных конкурентов необходимо выделить 3 – 4 наиболее сильных и опасных.

Выбор основных конкурентов должен быть обоснован с точки зрения устойчивости их конкурентной позиции, активности в использовании инструментов (факторов) маркетинга и степени возможного влияния на деятельности создаваемого предприятия.

После формирования перечня основных прямых конкурентов следует провести оценку их потенциала.

По результатам экспертной оценки делается вывод о сильных и слабых сторонах предприятия и его основных конкурентов, что отражается в Таблице 1.

Таблица 1

Оценка сильных и слабых сторон деятельности предприятия и основных конкурентов

	Предприятие	Конкуренты			
		А	Б	В	...
Сильные стороны					
Слабые стороны					

По результатам оценки сильных и слабых сторон деятельности предприятия необходимо сделать выводы.

Далее необходимо провести сегментацию потенциальных потребителей товаров (услуг). Выделить и проанализировать целевой сегмент, на котором предприятие планирует концентрироваться. Рынок можно сегментировать по географическому признаку, типу покупателей, типу товаров и услуг.

4. План маркетинга (до 4 стр.)

Комплекс маркетинга – набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка.

В комплекс маркетинга входит все, что фирма может предпринять для оказания воздействия на спрос своего товара.

Многочисленные возможности можно объединить в 4 основные группы: товар, цена, методы распространения и методы стимулирования.

Методы распространения - всевозможная деятельность, благодаря которой товар становится доступным для целевых потребителей (оптовая и розничная торговли, товародвижение и каналы распределения)

Методы стимулирования - всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара и убеждению целевых потребителей купить его (реклама, пропаганда, личные продажи, стимулирование сбыта).

Стратегия маркетинга – управленческий процесс создания и поддержания стратегического соответствия между целями фирмы, ее

потенциальными возможностями и шансами в сфере маркетинга. Она опирается на четко сформулированное программное заявление фирмы, изложение вспомогательных целей и задач, здоровый хозяйственный портфель и стратегию роста.

Цели маркетинга – достижение максимальной потребительской удовлетворенности, предоставление потребителям максимально широкого выбора, достижение максимально возможного потребления, максимальное повышение качества жизни.

Необходимо обосновать цель маркетинговой деятельности предприятия, например, завоевание определенной доли рынка.

В разделе должно быть показано, что реализация товара не вызовет серьезных проблем, и определен объем затрат на сбыт продукции

1. Конечные потребители. Является ли организация монополистом в выпуске данной продукции. Характер спроса (равномерный или сезонный). Особенности сегмента рынка, на которые ориентируется проект, важнейшие тенденции и ожидаемые изменения. Какие свойства продукции или дополнительные услуги делают проект предпочтительным по отношению к конкурентам.

2. Организация сбыта. Дать описание системы сбыта с указанием фирм, привлекаемых к реализации продукта.

3. Обоснование объема инвестиций, связанных с реализацией продукции. Торгово-сбытовые издержки.

4. Каких возможных действий конкурентов следует опасаться и каковы основные элементы стратегии противодействия.

5. Обоснование цены на продукцию.

Оптовая цена товара определяется исходя из сложившейся конъюнктуры на внутреннем и внешнем рынках, а также уровня рентабельности, достаточного для поддержания стабильного финансового состояния и платежеспособности организации.

6. Расходы и доходы в случае проведения послепродажного обслуживания.

7. Программа по организации рекламы. Примерный объем затрат.

8. Программа реализации продукции. Выручка от продажи в целом и по отдельным товарам рассчитывается в соответствии с данными об объеме производства по кварталам и годам, уровне и сроках освоения проектной мощности, а также о ценах. Договоры или протоколы о намерениях реализации товара по предлагаемым ценам.

В зависимости от новизны рынка и товара различают стратегии расширения активности предприятия:

1. Стратегия глубокого внедрения на рынок («старый рынок – старый товар») предполагает минимальное расширение деятельности предприятия.

2. Стратегия разработки нового товара («старый рынок – новый товар») предполагает расширение деятельности предприятия за счёт инновационной товарной политики в пределах известного освоенного рынка.

3. Стратегия активной экспансии или стратегия диверсификации («новый рынок – новый товар») применяется в том случае, когда производственная цепочка, в которой находится предприятие, не предоставляет возможности для роста.

4. Стратегия расширения границ рынка («новый рынок – старый товар») предусматривает активизацию деятельности за счёт освоения новых рынков сбыта.

В курсовой работе следует определить и обосновать наиболее рациональный вариант базовой маркетинговой стратегии и предложить основные направления (способы) её реализации.

Ценовая стратегия – это долго- и среднесрочные решения по установлению и изменению цен; это выбор фирмой возможной динамики изменения базовой цены товара в рыночных условиях. Ценовая стратегия должна быть увязана с базовой, конкурентной и товарными стратегиями.

Стратегии ценообразования могут быть различными для новых и традиционных товаров (товарных групп):

- стратегия «снятия сливок» предполагает продажу товара по высокой цене и ограничивает сегмент потребителей верхней части кривой спроса;

- стратегия проникновения на рынок предполагает установление низких цен с целью скорейшего завоевания большей доли рынка.

Ценовые стратегии, применяемые по отношению к традиционным товарам (товарным группам) отличаются большим разнообразием:

- стратегия высоких цен (премиального ценообразования) предусматривает установление высоких цен на длительное время на товары высокого качества;

- стратегия средних цен является наиболее типичной для большинства предприятий, заинтересованных в долгосрочной стабильности и доходности;

- стратегия низких цен применяется по отношению к массовым стандартным товарам невысокого качества и рассчитана на получение долговременной прибыли;

- стратегия целевых цен направлена на постоянство величины запланированной прибыли и рентабельности;

- стратегия неизменных цен заключается в сохранении постоянных цен в течение длительного времени;

- стратегия гибких цен используется на тех рынках, на которых заключаются индивидуальные сделки (строительство, антиквариат и пр.);
- стратегия ступенчатого снижения цен используется по отношению к товарам рыночной новизны;
- стратегия следования за лидером означает, что предприятие не является инициатором изменения цены, но реагирует на ценовые действия конкурентов, в том числе и с помощью неценовых инструментов маркетинга;
- стратегия скидок с цен направлена на стимулирование посредников и покупателей с целью увеличения товарооборота.

В курсовом проекте (работе) необходимо обеспечить текущую взаимосвязь между базовой, конкурентными и ценовыми стратегиями предприятия, обоснованными и соответствующими текущей ситуации на рынке.

Формирование эффективной системы распределения связано с решением двух основных стратегических задач:

1. Насколько интенсивным должен быть охват рынка (территории).
2. Каким образом продавать товар – непосредственно или через сбытовых посредников.

Различают три основные стратегии охвата рынка:

- стратегия интенсивного сбыта, означающая стремление максимизировать количество точек реализации товара для обеспечения его максимальной доступности;
- стратегия селективного сбыта, применяемая по отношению к товарам предварительного выбора;
- стратегия эксклюзивного сбыта, означающая стремление ограничить количество точек реализации товара; создание точек реализации, имеющих право на эксклюзивную реализацию товара.

Выбор каналов распространения рекламы осуществляется студентом самостоятельно, как и характер разрабатываемого рекламного бюджета. Начальный бюджет включает ресурсы, выделяемые на только первоначальную рекламную кампанию. Текущий бюджет включает ресурсы, выделяемые на рекламу в течение всего периода производства и реализации продукции.

Стоимость, порядок и условия использования тех или иных средств размещения рекламы определяются самостоятельно на основании действующих прейскурантов рекламных компаний.

Размер и динамика рекламного бюджета учитываются в разделе «Финансовый план».

5. План производства (до 4 стр.)

Раскрытие данного подраздела предполагает или краткое и лаконичное описание технологического процесса, или подробное описание технологического процесса с полной характеристикой его основных этапов, особенностей, слабых мест и т. д.

В зависимости от индивидуального задания в этом подразделе требуется предоставить информацию о требованиях, предъявляемых к производственным помещениям, о существующих вариантах размещения предприятия и о способе получения (приобретения) (строительство объектов, аренда или покупка). Кроме того, возможно потребуется представить сравнительную характеристику различных вариантов размещения или генеральный план (графическое представление размещения предприятия на определенной территории, карта-схема проезда).

Если требуется представить варианты, значит необходимо определить не менее двух альтернативных вариантов месторасположения планируемого предприятия в пределах города (улица, дом), района, области, соответствующих ряду определенных критериев (например: минимальный набор требуемых коммунальных услуг; допустимый материал стеновых конструкций и степень износа; желаемые характеристики входа в помещение и близость к автобусным остановкам; площадь и т. п.).

Решение о выборе того или иного месторасположения предприятия должно быть обосновано.

Главная задача этого раздела курсового проекта (работы) – определить потребности в оборудовании, представить условия его получения и установки.

6. Организационный план (2-3 стр.)

В разделе необходимо рассмотреть следующие вопросы:

1. Сведения о предприятии. Статус, уставный капитал, состав организации, финансовое положение.

2. Форма собственности предприятия. По товариществам указываются условия создания и партнерства; по акционерным обществам - состав основных акционеров и принадлежащие им доли.

3. Организационная структура и структура управления предприятия (состав и соотношение основных производственных единиц и служб, работников)

4. Численность работающих, их качественные характеристики и затраты на оплату труда.

7. Финансовый план (до 5 стр.)

Задача финансового раздела бизнес-плана – подтверждение возможностей предприятия по реализации намеченных планов по исполнению им проекта и его возможности по возврату запрашиваемых кредитов и/или инвестиций.

В финансовый раздел бизнес-плана рекомендуется включить:

- 1 – план себестоимости;
- 2 – расчет потоков наличности;
- 3 – указание общего объема инвестирования, источников и форм его получения;
- 4 – анализ экономической эффективности проекта.

Финансовый план осуществления проекта построен на 3 года (1-й год – поквартально).

1. План по себестоимости (по статьям калькуляции)

Таблица 1

№ п/п	Статьи калькуляции	Наименование изделия (услуги)	Расходы на 1 изделие (руб.)	1-й год						2-й год	3-й год	
				Всего за год		Расходы по кварталам (тыс.руб.)						
				Выпуск изделий (шт.)	Расходы (тыс.руб.) (гр.7+8+9+10)	I гр.4 x Ki	II гр.4 x Ki	III гр.4x Ki	IV гр.4 x Ki	гр.4 x Ki (тыс.руб.)	гр.4 x Ki (тыс.руб.)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	Сырье и материалы за вычетом отходов	A1	a 1									
		A2	a 2									
2	Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних предприятий и организаций	A1	b1									
		A2	b2									
3	Топливо и энергия на технологические цели	A1	c1									
		A2	c2									
4	ИТОГО прямых материальных затрат (стр.1+2+3)	A1										
		A2										
5	Заработная плата основная и дополнительная производственных рабочих	A1	з1									
		A2	з2									
6	Налоги и отчисления на социальные нужды (стр.5 x %e)	A1	e1									
		A2	e2									
7	ИТОГО заработной платы прямой с отчислениями (стр.5+6)	A1										
		A2										
8	Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования (в т.ч.амортизационные отчисления)	A1				f1						
		A2				f2						
9	Цеховые расходы (i x (стр.4+7+8))	A1	i1									
		A2	i2									
10	Общезаводские расходы (l x (стр4+7+8))	A1	l1									
		A2	l2									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	

11	ИТОГО расходов на обслуживание производства и управление (стр.8+9+10)	A1										
		A2										
12	Прочие производственные расходы (m x (стр.4+7+8))	A1	m1									
		A2	m2									
13	Производственная себестоимость товарной продукции (стр.4+7+11+12)	A1										
		A2										
14	Внепроизводственные (коммерческие) расходы (n x стр.13)	A1	n1									
		A2	n2									
15	Полная себестоимость товарной продукции (стр.13+14)	A1										
		A2										
16	НДС (20% x стр18) / 120%	A1	p1									
		A2	p2									
17	Акцизы и аналогичные обязательные платежи от реализации выпускаемой продукции (ф x стр.15)	A1	ф1									
		A2	ф2									
18	Цена (выручка от реализации продукции) *	A1										
		A2										
19	Финансовый результат (прибыль общая предприятия) (стр.18-15-16-17)	A1										
		A2										
20	Погашение основного долга и выплата процентов за кредит	A1					r 1					
		A2					r2					
21	Налог на прибыль (%s x стр.19)	A1	s1									
		A2	s2									
22	Чистая прибыль (стр. 19-20 - 21)	A1										
		A2										

** Заполняется по каждому виду продукции или по типовым представителям

2. Расчет потоков наличности

В данном разделе учитываются все поступления и выплаты, производимые предприятием в процессе осуществления им хозяйственной деятельности всей выпускаемой продукции (по А1 + А2).

Отчет о движении денежных средств (тыс.руб.)

Таблица 2

№ п/п	Показатели	1-й год				2-й год	3-й год	
		Всего	по кварталам					
			I	II	III			IV
1	2	4	5	6	7	8	9	10
Операционные расходы и доходы								
1	Расходы операционные (исходящий денежный поток ИДП) (стр.2+3+4+5+6+7)							
2	заработная плата всего персонала (*)							
3	налоги и отчисления на заработную плату (стр.2 x e%)							
4	сырье и материалы (тбл.1)							
5	арендная плата		d					
6	накладные расходы (тбл.1, стр.11+12+14)							
7	реклама (*)							
	...							
8	Доходы операционные (входящий денежный поток ВДП) (стр.9+10)							
9	продажи товара А1 (стр.18 тбл.1)							
10	продажи товара А2 (стр.18 тбл.1)							
11	Итог от операционной деятельности (ВДП – ИДП) (стр.8 - 1)							
12	Налоги (Н) (стр.21 тбл.1)							
13	Итог по опер.деятельности за вычетом налогов ИОД (ВДП – ИДП – Н) (стр.11 - 12)							
Инвестиционные расходы и доходы								
14	Расходы инвестиционные (капитальные вложения) (РИ) (стр.15+16+17)							
15	приобретение и монтаж станков и оборудования		u					

1	2	4	5	6	7	8	9	10
16	покупка мебели и офисной техники (*)							
17	приобретение зданий и ремонт помещений (*)							
18	Доходы инвестиционные (ДИ)							
	продажа станков, оборудования, мебели, офисной техники, зданий и сооружений		y					
19	Итог по инвестиционной деятельности ИИД (ДИ – РИ) (стр.18-14)							
Финансовые расходы и доходы								
20	Расходы финансовые (РФ) (стр.21+22+23)							
21	возврат кредитов, займов и инвестиций и выплата процентов по кредитам и займам (стр.20 тбл.1)							
22	выплата дивидендов (если АО)	x						
23	лизинговые платежи		v					
24	Доходы финансовые (ДФ) (стр. 25+26+27+28 +29 +29)							
25	получение кредитов и займов		w					
26	получение инвестиций		q					
27	Самофинансирование (*)							
28	получение целевого и государственного финансирования		g					
29	поступление средств при формировании (увеличении) уставного капитала		j					
30	Итог по финансовой деятельности ИФД (ДФ - РФ) (стр. 24-20)							
31	Итог по всем видам деятельности проекта ИП (стр.13+19+30)							
32	Итог проекта с накоплением (ИПн)	Гр. 8		Гр.5+6	Гр.5+6+7	Гр.5+6+7+8	Гр.8+9	Гр.9+10

Примечание. 1. При прогнозировании отчета о движении денежных средств необходимо обеспечивать, чтобы значение показателя итога проекта с накоплением было всегда положительным. Поскольку показатель итог проекта с накоплением отражает остаток средств на счетах предприятия, он не может быть отрицательным.

2. Данные за 2-4 кварталы 1-го года и за 2-й, 3-й годы, а также отмеченные знаком (*), студент определяет самостоятельно.

3. План инвестиций

Таблица 3

№ п/п	Статьи затрат	1-й год				2-й год	3-й год	
		Всего	по кварталам					
			I	II	III			IV
1	2	4	5	6	7	8	9	10
I	I. Инвестиционные затраты							
2	1. Вложения во необоротные активы (капитальные вложения по проекту), всего (стр.3+4+5):							
3	а) ремонтно-строительные работы (тбл.2)							
4	б) оборудование (тбл.2)							
5	в) прочие капитальные вложения (*)							
6	2. Пополнение оборотных средств *							
7	Итого инвестиционных затрат (стр.2+6)							
8	II. Источники финансирования проекта							
9	1. Собственные средства (стр.10+11+12+13)							
10	а) выручка от реализации акций (взнос в уставный капитал в денежной форме) (стр.29 тбл.2)							
11	б) нераспределенная прибыль (фонд накопления)		h					
12	в) средства от продажи основных средств (тбл.2)							
13	г) прочие (в т.ч.самофинансирование) * (тбл.2)							
14	2. Заемные и привлеченные средства (стр.15+16)							
15	а) кредиты коммерческих банков и займы (тбл.2)							
16	б) прочие (в т.ч.инвестиции тбл.2) *							
17	3. Предполагаемая финансовая бюджетная поддержка (тбл.2 стр.28)							
18	Итого финансовых средств (стр.9+14+17)							

Примечание: Итоговая сумма по инвестиционным затратам и источникам должна быть равной (стр.7 = стр.18)

Данные за 2-4 кварталы 1-го года и за 2-й, 3-й годы, а также отмеченные знаком (*), студент определяет самостоятельно

7. Оценка эффективности проекта (2-3 стр.)

Рекомендуется для применения на ранних стадиях экспертизы инвестиционных проектов использование следующих показателей:

- 1 - расчет точки безубыточности проекта в натуральном выражении (Тбн);
- 2 - расчет показателя рентабельности инвестиций (Рент.инв.);
- 3 – расчет рентабельности продаж (Рент.продаж);
- 4 - расчет срока окупаемости (период возврата) инвестиций (Ток.);
- 5 – затраты на 1руб. товарной продукции (А1, А2) (З1ртп)

1. Расчет «Точки безубыточности»

«Точка безубыточности» (критический объем выпуска продукции) (Тбн) – это такой объем выпуска продукции в натуральном выражении в год, при котором предприятие не имеет ни прибыли, ни убытка.

Расчет «Точки безубыточности» при 2-х и более наименованиях изделий (услуг) осуществляется по усредненным показателям цены (Цср.) и средних переменных затрат (Зср.перем.).

$$\text{Тбн} = \text{Зпост.} / (\text{Цср.} - \text{Зср.пер.})$$

Где **Тбн** - точка безубыточности в натуральном выражении (шт.) по двум наименованиям изделий (услуг)

Зпост. - постоянные затраты на весь объем продукции, руб.

Цср. – средняя цена за единицу продукции, руб. $\text{Цср.} = (\text{ЦА1} + \text{ЦА2}) : 2$

Зср.пер. - средние переменные затраты на единицу продукции, руб. $\text{Зср.перем.} = (\text{Зперем.А1} + \text{Зперем.А2}) : 2$

2. Расчет показателя рентабельности инвестиций

Рентабельность инвестиций (Рент.инв.) характеризует их эффективность или прибыльность, и рассчитывается по формуле:

$$\text{Рент.инв.}(\%) = (\text{Пр.} / \text{Инв.}) \times 100,$$

где **Пр.** – годовой объем прибыли, тыс.руб.

Инв. – общий объем инвестиций, тыс.руб.

3. Расчет рентабельности продаж (Рент.продаж)

Рентабельность продаж (Рент.продаж) рассчитывается по каждому наименованию изделий (А1 и А2) по формуле:

$$\text{Рент.продаж А1} = (\text{ПрА1} / \text{Реал.А1}) \times 100$$

$$\text{Рент.продаж А2} = (\text{ПрА2} / \text{Реал.А2}) \times 100,$$

где **ПрА1(ПрА2)** - годовая прибыль от реализации А1 (А2), тыс.руб.

Реал.А1 (А2) - годовая выручка от реализации изделий А1 (А2), тыс.руб.

4. Расчет срока окупаемости (период возврата) инвестиций (Ток.).

Срок окупаемости (период возврата) инвестиций (Ток.) рассчитывается по формуле:

$$\text{Ток. (лет)} = \text{Инв.} / \text{Пр.},$$

где **Пр.** – годовой объем прибыли, тыс.руб.

Инв. – общий объем инвестиций, тыс.руб.

5. Затраты на 1руб. товарной продукции (З1ртп)

Затраты на 1руб. товарной продукции (З1ртп) рассчитываются по всей продукции по формуле:

$$\text{З1ртп} = \text{Сст.год.} / \text{Реал.год.},$$

где **Сст.год.** – себестоимость годового выпуска продукции, тыс.руб.;

Реал.год. – годовой объем реализации, тыс.руб.

Показатели эффективности

Таблица 4

№ п/п	Показатели эффективности	Единица измерения	Величина
1	«Точка безубыточности» (критический объем выпуска продукции) (Тбн)	шт.	
2	Рентабельность инвестиций (Рент.инв.)	%	
3	Рентабельность продаж (Рент.продаж)	%	
4	Срок окупаемости (период возврата) инвестиций (Ток.)	лет	
5	Затраты на 1руб. товарной продукции (З1ртп)	руб.	

Рекомендуемые темы для выполнения теоретической части

1. Бизнес-план и его роль в экономической деятельности предприятия
2. Классификация бизнес-планов и основные методики бизнес-планирования
3. Этапы разработки бизнес-плана и стратегическое планирование инвестиционного проекта
4. Бизнес - планирование как основа развития организации
5. Финансовое планирование в организации
6. Стратегическое планирование в экономической организации
7. Содержание и организация внутрифирменного планирования
8. Методологические основы разработки бизнес-плана
9. Задачи и особенности составления бизнес-плана.
10. Сущность, необходимость и структура бизнес-плана
11. Функции и принципы бизнес-планирования
12. Структура разделов бизнес-плана
13. Оформление и презентация бизнес-плана
14. Разработка бизнес-плана с помощью программы Project Expert
15. Значение малого и среднего бизнеса для экономики
16. Система и формы государственной поддержки бизнеса
17. Политика налогообложения в предпринимательстве
18. Гражданско-правовые договоры в предпринимательской деятельности
19. Содержание предпринимательства и барьеры на пути ведения бизнеса.
20. Современные формы предпринимательства.
21. Порядок создания нового предприятия.
22. Виды предпринимательской деятельности, их характеристика.
23. Особенности малого бизнеса.
24. Основные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.
25. Государственное и частное предпринимательство.
26. Организация и регистрация предпринимательской фирмы.
27. Реорганизация и ликвидация фирмы.
28. Слияние и поглощение предпринимательских фирм.
29. Формы ликвидации фирмы, их характеристика.
30. Понятие «конкуренция», ее роль и функции в системе бизнеса.
31. Роль менеджмента и маркетинга в бизнесе.
32. Роль маркетинговой деятельности фирмы.
33. Способы снижения рисков.
34. Влияние налоговой политики на предпринимательство
35. Оценка инвестиционной привлекательности предприятий.

36. Цели и задачи бизнес-плана
37. Классификация и структура бизнес-планов
38. Анализ типичных ошибок и недостатков в бизнес-планировании
39. Рынки совершенной конкуренции и чистой монополии.
40. Рынки ограниченной конкуренции и неполной монополии.
41. Типы конкурентного поведения фирмы.
42. Основные виды и методы конкурентного поведения фирмы.
43. Антимонопольное регулирования экономики.
44. Понятие и виды коммерческих сделок.
45. Понятие «инфраструктура», особенности инфраструктуры бизнеса.
46. Особенности посреднической предпринимательской деятельности.
47. Страхование предпринимательство.
48. Предпринимательство в финансовой сфере.
49. Оферта, как форма заключения договора.
50. Роль менеджмента в бизнесе.
51. Роль маркетинговой деятельности фирмы.
52. Способы снижения рисков.
53. Понятие и процедура банкротства.
54. Понятие потребностей
55. Обязательства предприятия.
56. Виды бизнеса. Факторы предпринимательства.
57. Предпринимательский договор.
58. Понятие сделки, виды сделок.
59. Общие причины неплатежеспособности предприятий
60. Роль и функции бизнес-плана
61. Государственная поддержка малого предпринимательства
62. Управление в системе бизнеса
63. Маркетинговая стратегия и тактика предприятия.
64. Имидж фирмы.
65. Ценовая политика предприятия
66. Виды рисков. Управление рисками
67. Источники финансирования предпринимательства.
68. Понятие инвестиций и их источники.
69. Показатели эффективности использования инвестиций.
70. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия.
71. История становления предпринимательства в России
72. Понятие предпринимательства и его современные особенности
73. Предпринимательство как способ функционирования рыночной экономики.
74. Предпринимательские правоотношения
75. Понятие и признаки банкротства предприятий
76. Лицензирование предпринимательской деятельности

77. Государственное регулирование предпринимательской деятельности
78. Рыночная экономическая система как основа предпринимательства.
79. Предпринимательская среда.
80. Субъекты предпринимательской деятельности.
81. Предпринимательская деятельность и собственность
82. Понятие предприятия, сущность и экономические основы
83. Содержание предпринимательской деятельности, классификация предпринимательства.
84. Коммерческая тайна и ее защита
85. Конкуренция в современном бизнесе
86. Факторы внешней и внутренней среды предпринимательства
87. Предпринимательские идеи и их реализация.
88. Предпринимательский капитал и способы его формирования.
89. Виды и формы собственности.
90. Признаки и функции современного бизнеса
91. Правовое и информационное обеспечение предпринимательства
92. Основы управления предприятием.
93. Корпоративная культура предприятия.
94. Порядок составления и заключения договоров.
95. Управление предпринимательскими рисками
96. Малый бизнес: зарубежный опыт и проблемы становления в России
97. Предприятие, как субъект и объект рыночных отношений
98. Физические и юридические лица как субъекты бизнеса
99. Методика создания бизнеса
100. Финансовое обеспечение предпринимателя

Примеры бизнес-проектов для второй главы

Разработка бизнес-плана предприятия по производству молочной продукции, вариант № 1
Разработка бизнес-плана предприятия по производству хлебо-булочной продукции, вариант № 2
Разработка бизнес-плана предприятия по производству кондитерских изделий, вариант № 3
Разработка бизнес-плана магазина по продаже комплектующих для компьютеров, вариант № 4
Разработка бизнес-плана торгово-складского комплекса, вариант №5
Разработка бизнес-плана предприятия по производству оконных и дверных блоков, вариант № 6
Разработка бизнес-плана консалтингового агентства, вариант № 7
Разработка бизнес-плана рекламного агентства, вариант № 8
Разработка бизнес-плана спортивно-развлекательного клуба, вариант № 9
Разработка бизнес-плана интернет-кафе, вариант № 10
Разработка бизнес-плана предприятия по оказанию бытовых услуг населению, вариант № 11
Разработка бизнес-плана лечебно-оздоровительного центра, вариант № 12
Разработка бизнес-плана гостиничного центра, вариант № 13
Разработка бизнес-плана агентства по оказанию туристических услуг, вариант № 14
Разработка бизнес-плана прачечной самообслуживания, вариант № 15
Разработка бизнес-плана предприятия быстрого питания, вариант № 16
Разработка бизнес-плана центра по оказанию услуг в сфере образования, вариант № 17
Разработка бизнес-плана магазина автозапчастей, вариант № 18
Разработка бизнес-плана автозаправочной станции, вариант № 19
Разработка бизнес-плана автомойки и автомагазина, вариант № 20
Разработка бизнес-плана мастерской автосервиса, вариант № 21
Разработка бизнес-плана типографии, вариант № 22
Разработка бизнес-плана предприятия по производству пластиковой упаковки, вариант №23
Разработка бизнес-плана солярия, вариант № 24
Разработка бизнес-плана салона-парикмахерской, вариант № 25
Разработка бизнес-плана салона красоты, вариант №26
Разработка бизнес-плана предприятия по производству торгового оборудования, вариант №27
Разработка бизнес-плана магазина продуктов питания, вариант №28
Разработка бизнес-плана продовольственного магазина, вариант №29
Разработка бизнес-плана цветочного магазина, вариант №30
Разработка бизнес-плана магазина компакт-дисков, вариант №31
Разработка бизнес-плана магазина детской одежды, вариант №32

Разработка бизнес-плана магазина по продаже фруктов и овощей, вариант №33
Разработка бизнес-плана магазина одежды, вариант №34
Разработка бизнес-плана магазина спортивных товаров, вариант №35
Разработка бизнес-плана магазина подарков, вариант №36
Разработка бизнес-плана магазина постельного белья, вариант №37
Разработка бизнес-плана туристического магазина, вариант №38
Разработка бизнес-плана частного детского сада, вариант №39
Разработка бизнес-плана детского развлекательного клуба, вариант №40
Разработка бизнес-плана организации компьютерных курсов, вариант №41
Разработка бизнес-плана консалтинговой компании, вариант №42
Разработка бизнес-плана страховой компании, вариант №43
Разработка бизнес-плана интернет-магазина, вариант №44
Разработка бизнес-плана магазина по продаже мобильных телефонов, вариант №45
Разработка бизнес-плана интернет-компании, вариант №46
Разработка бизнес-плана магазина по продаже оргтехники, вариант №47
Разработка бизнес-плана предприятия по ремонту оргтехники, вариант № 48
Разработка бизнес-плана предприятия по оказанию услуг компьютерного сервиса, вариант №49
Разработка бизнес-плана аптеки, вариант №50
Разработка бизнес-плана магазина по продаже изделий народно-художественных промыслов, вариант №51
Разработка бизнес-плана диагностического центра, вариант № 52
Разработка бизнес-плана медицинского центра реабилитации, вариант № 53
Разработка бизнес-плана кофейни, вариант №54
Разработка бизнес-плана магазина шоколадных изделий, вариант № 55
Разработка бизнес-плана пиццерии, вариант № 56
Разработка бизнес-плана предприятия по производству сыра, вариант №57
Разработка бизнес-плана предприятия по производству полуфабрикатов, вариант №58
Разработка бизнес-плана предприятия по производству салатов, вариант №59
Разработка бизнес-плана предприятия по производству кондитерских изделий, вариант №60
Разработка бизнес-плана мини-пекарни, вариант №61
Разработка бизнес-плана предприятия по производству муки и хлеба, вариант №62
Разработка бизнес-плана предприятия по производству колбасных изделий, вариант №63
Разработка бизнес-плана предприятия по производству минеральной воды, вариант №64
Разработка бизнес-плана предприятия по производству натуральных соков, вариант №65
Разработка бизнес-плана блинной, вариант №66
Разработка бизнес-плана кафе национальной кухни, вариант №67

Разработка бизнес-плана кафе-мороженого, вариант №68
Разработка бизнес-плана кафе быстрого обслуживания, вариант №69
Разработка бизнес-плана частного спортзала, вариант №70
Разработка бизнес-плана боулинга, вариант №71
Разработка бизнес-плана бильярдного клуба, вариант №72
Разработка бизнес-плана аквапарка, вариант №73
Разработка бизнес-плана мини кинотеатра, вариант №74
Разработка бизнес-плана ледового катка, вариант №75
Разработка бизнес-плана агентства недвижимости, вариант №76
Разработка бизнес-плана предприятия по производству мебели, вариант №77
Разработка бизнес-плана предприятия по производству кирпича, вариант №78
Разработка бизнес-плана предприятия по производству строительных материалов, вариант №79
Разработка бизнес-плана предприятия по производству тротуарной плитки, вариант №80
Разработка бизнес-плана предприятия по производству окон, вариант №81
Разработка бизнес-плана деревообрабатывающего предприятия, вариант №82
Разработка бизнес-плана предприятия по производству компьютерной мебели, вариант №83
Разработка бизнес-плана строительного предприятия, вариант №84
Разработка бизнес-плана предприятия по производству одежды, вариант №85
Разработка бизнес-плана дизайнерского ателье по пошиву и ремонту одежды, вариант №86
Разработка бизнес-плана предприятия по производству домашней обуви, вариант №87
Разработка бизнес-плана фермерского хозяйства, вариант №88
Разработка бизнес-плана предприятия по производству сельскохозяйственной продукции, вариант №89
Разработка бизнес-плана предприятия по производству и реализации продукции пчеловодства, вариант №90
Разработка бизнес-плана предприятия по производству консервов, вариант №91
Разработка бизнес-плана магазина по продаже изделий народно-художественных промыслов, вариант №92
Разработка бизнес-плана детской школы анимации, вариант №93
Разработка бизнес-плана по открытию сети фотокабинок, вариант №94
Разработка бизнес-плана предприятия по производству изделий из стекла, вариант №95
Разработка бизнес-плана тепличного хозяйства, вариант №96
Разработка бизнес-плана магазина обуви, вариант №97
Разработка бизнес-плана свадебного агентства, вариант №98
Разработка бизнес-плана предприятия по организации и проведению праздничных мероприятий, вариант №99
Разработка бизнес-плана магазина детских игрушек, вариант №100

Интернет-ресурсы

1. <http://www.cfin.ru> (Корпоративный менеджмент);
2. <http://eur.ru> (Экономика и управление на предприятиях: научно-образовательный портал);
3. <http://www.aup.ru> (Административно – управленческий портал);
4. www.gks.ru (Сайт Государственного комитета статистики России)
5. www.siora.ru – поддержка предпринимательства в России – общероссийская информационная сеть для малого бизнеса.
6. www.bistrast.ru – консалтинг для малого бизнеса.
7. www.Robota150.boom.ru - 150 руководств по бизнесу.

Исходные данные**Выпуск продукции (шт.)**

Таблица 1

Наименование изделия (услуги)	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	2-й год	3-й год
A1	Исходные данные K1.1	K1.2	K1.3	K1.4	K1-2г.	K1-3г.
A2	Исходные данные K2.1.	K2.2	K2.3	K2.4	K2-2г.	K2-3г.

Количество выпущенной продукции за 2 - 4 кварталы 1-го года, 2-й и 3-й годы, а также показатели, обозначенные знаком (*), студент определяет самостоятельно.

Наименование показателей

Таблица 2

		Наименование изделия (услуги)	Обозначение
	2	3	4
1	Сырье и материалы за вычетом отходов, руб./шт.	A1	a 1
		A2	a 2
2	Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних предприятий и организаций, руб./шт.	A1	b1
		A2	b2
3	Топливо и энергия на технологические цели, руб./шт.	A1	c1
		A2	c2
4	Заработная плата основная и дополнительная производственных рабочих, руб./шт.	A1	z1
		A2	z2
5	Налоги и отчисления на социальные нужды (НДФЛ, ПФ, ФОМС) (%)	A1	e1
		A2	e2
6	Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования (в т.ч. амортизационные отчисления), тыс.руб./1 кв.	A1	f1
		A2	f2
7	Цеховые расходы (%)	A1	i1
		A2	i2
8	Общезаводские расходы (%)	A1	l1
		A2	l2
9	Прочие производственные расходы (%)	A1	m1
		A2	m2
10	Внепроизводственные (коммерческие) расходы (%)	A1	n1
		A2	n2
11	НДС (%)	A1	p1
		A2	p2
12	Акцизы и аналогичные обязательные платежи от реализации выпускаемой продукции (%)	A1	φ1
		A2	φ2
13	Погашение основного долга и выплата процентов за кредит, тыс.руб./квартал	A1	r1
		A2	r2
14	Налог на прибыль (%)	A1	s1
		A2	s2
15	Выпуск продукции, шт./квартал	A1	K1.1.
		A2	K2.1.
16	Арендная плата, тыс.руб./квартал		d
17	Приобретение и монтаж станков и оборуд., тыс.руб./кв.		u
18	Продажа станков, оборудования, мебели, офисной техники, зданий и сооружений, тыс.руб./квартал		y
19	Выплата дивидендов (если АО), тыс.руб./год		x
20	Лизинговые платежи, тыс.руб./квартал		v
21	Получение кредитов и займов, тыс.руб./квартал		w
22	Получение инвестиций, тыс.руб./квартал		q
23	Получение целевого и гос. финансирования, тыс.руб./квартал		g
24	Получение средств при формировании (увеличении) уставного капитала, тыс.руб./квартал		j
25	Нераспределенная прибыль (фонд накопления), тыс.руб./квартал		h

Варианты заданий

Таблица 3

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
a 1	28	33	38	43	41	39	37	35	33	31	62	120	240
a 2	32	36	52	67	90	93	73	53	50	130	26	210	420
b1	14	18	22	26	32	44	27	26	25	60	20	21	80
b2	18	14	30	28	38	40	34	33	55	62	70	37	60
c1	2	3	4	5	6	7	3	4	5	6	7	2	3
c2	3	4	5	5	6	3	4	6	7	8	7	6	5
z1	60	70	80	90	100	110	120	130	140	150	160	170	180
z2	70	180	170	160	150	140	130	120	110	100	90	80	70
e1	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
e2	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
f1	20	23	30	18	32	22	14	17	24	33	12	35	17
f2	25	27	22	20	24	26	28	30	32	34	18	20	22
i1	15	14	13	12	11	10	11	12	13	14	15	16	9
i2	15	14	13	12	11	10	11	12	13	14	15	16	9
l1	8	7	6	5	6	7	8	7	6	5	4	5	6
l2	8	7	6	5	6	7	8	7	6	5	4	5	6
m1	4	3	2	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3
m2	4	3	2	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3
n1	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	2	2
n2	1	2	1	2	3	2	3	2	1	2	3	2	2
p1	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
p2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
φ1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
φ2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
r1	8	-	8	-	6	-	6	-	9	-	3	-	8
r2	-	7	-	7	-	6	-	8	-	5	-	4	-
s1	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
s2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
K1.1.	1500	2000	1800	1900	2100	2200	1000	1100	1200	1300	1400	1600	1700
K2.1.	1700	1500	1450	1350	1250	1150	1050	2250	2150	1950	1850	2050	1550
d	60	50	55	40	45	35	45	48	50	62	44	48	58
u	170	150	160	140	130	135	145	155	165	172	120	125	133
y	5	6	7	8	9	11	12	13	14	15	5	6	7
x	-	-	10	-	-	12	-	14	-	16	-	18	-

v	15	-	-	9	-	7	-	6	-	-	5	-	8
w	70	80	-	55	-	75	-	95	-	60	-	85	-
q	-	-	90	-	65	-	85	-	50	-	75	-	90
g	-	-	-	100	80	-	-	-	60	120	-	-	-
j	50	70	60	80	100	40	55	65	70	65	85	50	70
h	30	25	20	35	45	50	55	40	60	65	70	45	55

Продолжение тбл.3

	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
a 1	28	33	35	33	38	31	120	240	62	37	39	41	43
a 2	32	36	53	50	52	130	210	420	26	73	93	90	67
b1	14	18	26	25	22	60	21	80	20	27	44	32	26
b2	18	14	33	55	30	62	37	60	70	34	40	38	28
c1	2	3	4	5	4	6	2	3	7	3	7	6	5
c2	3	4	6	7	5	8	6	5	7	4	3	6	5
z1	60	70	130	140	80	150	170	180	160	120	110	100	90
z2	70	180	120	110	170	100	80	70	90	130	140	150	160
e1	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
e2	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
f1	20	23	18	17	22	12	17	35	33	24	14	32	30
f2	27	24	20	30	26	18	22	20	34	32	28	25	22
i1	14	11	12	12	10	15	9	16	14	13	11	15	13
i2	14	11	12	12	10	15	9	16	14	13	11	15	13
l1	7	6	5	7	7	4	6	5	5	6	8	8	6
l2	7	6	5	7	7	4	6	5	5	6	8	8	6
m1	3	4	3	4	3	2	3	3	2	3	3	4	2
m2	3	4	3	4	3	2	3	4	3	2	3	3	2
n1	2	3	1	3	4	3	2	2	2	2	2	2	1
n2	2	3	1	3	4	3	2	2	2	2	2	2	1
p1	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
p2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
φ1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
φ2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
r1	4	5	6	5	-	6	-	2	-	6	-	7	-
r2	-	3	5	-	10	-	6	-	7	-	5	-	6
s1	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
s2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
K1.1.	1800	2000	1200	1550	1400	1600	2200	1400	1700	1300	2100	1900	2200
K2.1.	1450	1050	2150	2000	1500	2050	1950	2350	2000	1700	1250	1550	1150
d	55	45	50	25	31	48	62	40	28	60	48	58	35
u	160	145	165	150	225	125	172	140	144	170	135	133	155
y	7	14	12	150	45	6	15	8	120	5	11	7	13
x	8	-	-	6	130	10	16	18	5	-	12	-	14

v	-	-	-	-	9	-	-	-	-	15	7	8	6
w	9	-	-	-	-	-	60	85	5	70	75	-	95
q	55	50	85	80	-	90	-	-	-	-	-	90	-
g	-	60	-	-	-	-	120	-	75	-	-	-	-
j	100	50	55	90	65	60	30	50	80	50	40	70	65
h	-	60	55	70	80	20	65	45	85	30	50	55	40

Продолжение тбл.3

	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
a 1	43	240	28	39	33	41	33	35	38	31	120	62	37
a 2	67	420	32	93	36	90	50	53	52	130	210	26	73
b1	26	80	14	44	18	32	25	26	22	60	21	20	27
b2	28	60	18	40	14	38	55	33	30	62	37	70	34
c1	5	3	2	7	3	6	5	4	4	6	2	7	3
c2	5	5	3	3	4	6	7	6	5	8	6	7	4
z1	90	180	60	110	70	100	140	130	80	150	170	160	120
z2	160	70	70	140	180	150	110	120	170	100	80	90	130
e1	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
e2	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
f1	30	35	20	14	23	32	17	18	22	12	17	33	24
f2	22	20	27	28	24	25	30	20	26	18	22	34	32
i1	11	15	15	14	10	13	14	9	16	11	12	12	13
i2	11	15	15	14	10	13	14	9	16	11	12	12	13
l1	8	8	4	5	7	6	7	6	5	6	5	7	6
l2	8	8	4	5	7	6	7	6	5	6	5	7	6
m1	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4	2
m2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	3	4	2
n1	2	2	3	2	4	2	2	2	2	3	1	3	1
n2	2	2	3	2	4	2	2	2	2	3	1	3	1
p1	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
p2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
φ1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
φ2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
r1	-	6	-	5	-	5	-	6	-	6	-	5	-
r2	6	-	2	-	7	-	10	-	5	-	8	-	7
s1	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
s2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
K1.1.	1600	2200	1400	1480	1700	1200	1500	1300	1100	1200	1800	1000	1900
K2.1.	2050	1150	1350	2000	1200	2150	2100	1700	2250	1950	1450	1050	1550
d	48	35	40	25	28	50	22	60	48	62	55	45	58
u	125	180	140	150	144	165	140	170	135	172	160	145	155
y	12	120	13	45	7	7	5	11	14	150	6	8	15
x	-	5	14	130	-	8	-	12	-	6	10	18	16

v	-	-	6	9	8	-	15	7	-	-	-	-	-
w	-	5	95	-	-	9	70	75	-	-	-	85	60
q	85	-	-	-	90	55	-	-	50	80	90	-	-
g	-	75	-	-	-	-	-	-	60	-	-	-	120
j	55	85	65	65	70	100	50	40	70	100	60	50	30
h	55	85	40	80	55	40	30	50	60	70	20	45	65

	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
a 1	37	62	120	31	38	35	33	40	32	38	40	46	130
a 2	73	26	210	130	52	53	50	92	35	92	26	65	52
b1	20	21	60	27	24	25	32	18	45	14	40	33	20
b2	70	37	62	34	29	55	28	15	41	18	35	64	58
c1	2	6	4	7	3	6	3	7	3	3	4	12	8
c2	6	8	5	7	4	6	4	3	2	5	10	4	10
з1	150	80	130	170	155	70	110	62	178	88	75	60	85
з2	100	170	120	80	95	180	140	71	72	162	50	90	110
e1	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
e2	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
f1	18	17	32	22	12	20	35	28	13	17	18	15	30
f2	20	30	25	26	18	27	20	22	27	21	25	22	24
i1	14	13	10	9	15	15	11	15	12	14	13	11	10
i2	14	13	10	9	15	15	11	15	12	14	13	11	10
l1	6	7	5	7	6	8	8	5	5	4	6	4	7
l2	6	7	5	7	6	8	83	5	5	4	6	4	7
m1	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4
m2	3	3	2	2	3	3	2	4	4	3	3	2	4
n1	2	3	2	4	2	2	2	2	1	3	2	1	3
n2	2	3	2	4	2	2	2	2	1	3	2	1	3
p1	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
p2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
φ1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
φ2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
r1	7	-	3	-	5	-	10	-	12	-	14	-	9
r2	-	5	-	6	-	9	-	11	-	13	-	8	-
s1	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
s2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
K1.1.	1400	1380	1700	2020	2450	900	1210	1810	1020	1880	1500	1600	1700
K2.1.	1350	2000	1400	1050	1150	1750	1900	1560	980	1500	500	660	770
d	25	28	50	22	60	62	55	46	56	47	45	52	44
u	150	144	165	140	165	172	160	140	154	134	130	150	138
y	7	7	5	11	14	6	8	14	44	14	10	8	9
x	-	18	-	12	-	10	17	15	12	60	40	50	20
v	-	15	7	-	-	-	-	-	8	9	4	8	7
w	9	70	75	-	-	85	60	5	-	0	50	-	40
q	-	-	-	80	90	-	-	-	53	88	55	60	48
g	-	-	-	-	-	120	71	-	-	20	22	-	48
j	40	110	120	20	50	50	65	63	30	100	45	95	60
h	50	60	70	30	45	30	42	78	66	30	35	70	50

	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65
a 1	42	230	27	38	31	43	32	37	39	30	125	63	38
a 2	65	440	35	96	39	96	54	55	68	110	180	126	80
b1	26	70	14	55	18	44	25	38	22	57	21	40	27
b2	42	60	36	40	28	38	60	33	50	62	90	70	66
c1	5	4	2	10	3	9	5	6	4	8	2	9	3
c2	7	5	6	3	5	6	4	6	10	8	9	7	2
з1	45	90	30	55	35	50	70	65	55	75	140	150	100
з2	115	65	70	125	180	120	110	75	170	80	80	180	130
e1	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
e2	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
f1	44	35	29	14	37	32	25	18	32	12	26	33	35
f2	22	27	27	25	24	22	30	17	26	15	22	31	32
i1	10	15	14	12	10	11	14	10	16	12	12	14	13
i2	10	15	14	12	10	11	14	10	16	12	12	14	13
l1	6	8	3	5	8	6	6	7	5	4	5	9	6
l2	6	8	3	5	8	6	6	7	5	4	5	9	6
m1	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	2	2
m2	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	2	2
n1	1	2	4	2	3	2	1	2	1	3	2	3	2
n2	1	2	4	2	3	2	1	2	1	3	2	3	2
p1	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
p2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
φ1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
φ2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
r1	6	6	2	5	-	5	-	6	-	6	-	5	-
r2	-	6	-	-	7	-	10	-	5	-	8	-	7
s1	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
s2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
K1.1.	1600	1000	2400	1180	1600	1450	2100	1200	1200	2050	1850	2100	1600
K2.1.	950	1800	1350	1000	1400	1870	1100	900	1250	2300	1450	1560	1450
d	84	35	40	35	28	63	22	77	48	72	55	46	58
u	115	165	140	150	133	165	114	170	153	172	170	145	148
y	10	120	30	45	9	7	50	11	80	150	85	8	30
x	-	15	14	110	-	80	-	20	-	60	-	36	16
v	10	-	7	9	18	-	14	7	48	-	10	-	15
w	-	6	95	20	-	8	70	72	-	12	-	62	60
q	78	-	75	-	80	-	50	-	50	-	50	-	26
g	17	33	25	60	37	40	-	40	60	70	-	80	92
j	55	75	65	80	70	100	50	40	70	85	60	50	30
h	45	85	40	90	55	28	30	35	58	82	20	61	55

	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78
a 1	82	34	36	33	48	31	110	240	52	37	40	41	53
a 2	33	37	54	50	52	120	210	320	26	63	93	80	67
b1	15	17	27	26	23	61	22	80	22	27	45	32	27
b2	19	15	32	54	29	59	37	59	70	33	40	37	28
c1	3	3	5	5	3	6	3	3	6	3	8	6	4
c2	3	5	6	6	5	7	6	4	7	5	3	7	5
з1	55	70	125	140	75	150	165	180	155	120	105	100	85
з2	70	175	120	105	170	95	80	65	90	125	140	145	155
e1	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
e2	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
f1	10	11	9	8	11	6	8	18	16	12	7	16	15
f2	13	12	10	15	13	9	11	10	17	16	14	12	11
i1	10	14	13	13	11	12	13	10	15	12	13	14	12
i2	10	14	13	13	11	12	13	10	15	12	13	14	12
l1	9	8	3	5	6	6	5	6	4	6	6	7	5
l2	9	8	3	5	6	6	5	6	4	6	6	7	5
m1	2	4	2	4	3	4	3	4	2	3	3	4	2
m2	2	4	2	4	3	4	3	4	2	3	3	4	2
n1	2	3	1	3	4	3	2	2	1	2	3	2	1
n2	2	3	1	3	4	3	2	2	1	2	3	2	1
p1	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
p2	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
φ1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
φ2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
r1	4	6	4	-	5	-	3	-	5	-	6	-	3
r2	3	4	-	9	-	4	-	6	-	4	-	5	-
s1	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
s2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
K1.1.	1400	1080	1720	1020	1860	2100	1240	1810	980	1880	1400	1600	1700
K2.1.	950	2000	1400	1360	2150	1200	1900	1430	1080	1400	600	860	970
d	57	45	52	25	33	48	58	40	29	60	38	58	46
u	160	146	165	135	225	122	172	142	144	167	135	124	155
y	6	-	11	-	12	-	18	-	16	-	12	-	15
x	8	14	5	12	-	14	-	17	-	8	-	15	-
v	6	-	5	-	8	-	7	-	11	-	9	-	10
w	-	50	-	40	-	35	-	75	-	72	-	80	-
q	50	-	80	-	55	-	70	-	60	-	70	-	90
g	-	50	-	60	-	100	-	70	-	65	-	55	-
j	90	85	40	75	62	55	33	60	85	50	42	90	86
h	-	60	-	73		75	-	44	-	48	-	62	-

	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91
a 1	15	24	32	39	33	44	33	38	38	33	120	65	37
a 2	67	120	32	110	36	80	50	60	52	120	210	58	73
b1	26	80	34	44	28	32	65	26	42	60	35	20	37
b2	28	58	18	42	14	38	55	38	30	63	37	60	34
c1	6	3	3	7	4	6	7	4	5	6	3	7	4
c2	5	4	3	5	4	7	7	5	5	7	6	8	4
з1	100	180	70	110	80	100	150	130	90	150	180	160	125
з2	160	117	70	250	180	140	110	110	170	90	80	100	130
e1	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
e2	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
f1	45	35	50	14	47	32	65	18	74	12	34	33	36
f2	22	28	27	46	24	76	30	40	26	48	22	51	32
i1	12	15	13	12	11	10	14	13	16	11	12	14	13
i2	12	15	13	12	11	10	14	13	16	11	12	14	13
l1	5	8	4	6	7	8	6	7	5	4	5	9	6
l2	5	8	4	6	7	8	6	7	5	4	5	9	6
m1	2	3	5	2	3	4	3	4	5	5	3	3	3
m2	2	3	5	2	3	4	3	4	5	5	3	3	3
n1	2	3	4	5	3	3	2	3	2	3	5	3	3
n2	2	3	4	5	3	3	2	3	2	3	5	3	3
p1	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
p2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
φ1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
φ2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
r1	6	5	-	4	-	9	-	11	-	8	-	10	-
r2	-	5	6	-	7	-	8	-	9	-	12	-	8
s1	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
s2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
K1.1.	1200	2100	940	2300	1563	1890	1980	2124	1324	1500	1300	1500	600
K2.1.	1500	1200	1300	1400	2200	2910	2090	1320	1340	800	956	1360	1200
d	78	45	65	25	44	48	63	40	31	60	49	58	36
u	148	144	166	155	220	152	170	130	400	370	350	330	550
y	8	15	13	145	50	7	16	9	110	6	12	8	14
x	7	70	58	-	65	20	-	43	50	15	-	11	12
v	-	13	-	15	9	-	25	-	18	14	8	7	5
w	8	24	32	18	26	35	45	65	45	65	55	70	85
q	45	40	75	60	70	95	25	35	45	55	65	82	15
g	44	-	55	87	36	100	-	80	-	75	60	50	40
j	50	100	40	55	50	61	35	70	50	80	34	40	56
h	60	-	53	-	78	-	62	-	81	-	48	42	-

	92	93	94	95	96	97	98	99	100				
a 1	52	35	36	33	48	31	110	240	82				
a 2	26	37	56	50	52	120	210	320	33				
b1	22	17	27	62	23	61	22	80	15				
b2	70	16	32	54	31	59	37	59	19				
c1	6	3	6	5	3	7	3	3	3				
c2	7	5	6	7	5	7	5	4	3				
з1	180	70	125	140	175	150	165	85	155				
з2	65	175	120	105	170	90	80	70	92				
e1	30	30	30	30	30	30	30	30	30				
e2	30	30	30	30	30	30	30	30	30				
f1	18	11	9	8	11	6	7	10	16				
f2	10	12	10	15	13	9	11	12	17				
i1	10	14	13	13	11	12	13	10	14				
i2	13	14	13	13	11	12	10	10	15				
l1	5	8	3	5	6	6	9	6	4				
l2	5	8	3	5	6	6	9	6	4				
m1	3	4	2	4	3	4	2	4	2				
m2	3	4	2	4	3	4	2	4	2				
n1	2	3	1	3	4	3	2	2	1				
n2	2	3	1	3	4	3	2	2	1				
p1	20	20	20	20	20	20	20	20	20				
p2	20	20	20	20	20	20	20	20	20				
φ1	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
φ2	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
r1	-	5	4	2	5	4	4	2	4				
r2	3	4	3	9	-	2	-	5	-				
s1	20	20	20	20	20	20	20	20	20				
s2	20	20	20	20	20	20	20	20	20				
K1.1.	950	1360	820	1030	1880	1050	1470	1480	1910				
K2.1.	1310	2050	1210	860	1260	1510	1500	1560	1366				
d	48	45	52	25	33	57	58	40	29				
u	121	146	165	135	225	160	172	142	144				
y	18	-	11	-	12	-	11	-	16				
x	-	15	5	12	-	14	-	17	-				
v	7	-	6	-	8	-	10	-	11				
w	-	50	-	42	-	35	-	75	-				
q	70	-	80	-	50	-	9	-	60				
g	-	50	-	60	-	90	-	70	-				
j	33	90	40	55	62	65	85	60	85				
h	-	160	-	77	-	66	33	44	-				

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет
народного хозяйства»**

Кафедра экономики

**Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент,
профиль «Менеджмент организации»**

**КУРСОВАЯ РАБОТА ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

ТЕМА: _____

ВАРИАНТ ЗАДАНИЯ
РУКОВОДИТЕЛЬ
ВЫПОЛНИЛ (-А)
ШИФР ГРУППЫ

Курсовая работа сдана руководителю Дата _____ Подпись _____	Проверена и возвращена на доработку Дата _____ Подпись _____	Проверена после доработки и допущена к защите Дата _____ Подпись _____	Проверена и допущена к защите Дата _____ Подпись _____
-------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------

Дата защиты курсовой работы _____

Отметка о защите _____

Рецензия руководителя

_____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____

Подпись зав. кафедрой _____

Махачкала – 20__ г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	...
Глава 1. Теоретическая часть (тема)	...
Глава 2. Расчетно-конструктивная часть (тема)	...
Заключение	...
Список использованной литературы	...