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

***Утверждена решением***
***Ученого совета ДГУНХ,***
***протокол № 9***
***от 21 марта 2026 г.***

# Кафедра финансово – экономических дисциплин

**Методические рекомендации**

**по выполнению курсового проекта по дисциплине**

**«ОСНОВЫ БИЗНЕСА»**

## Направление подготовки - 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «Менеджмент информационных технологий и электронный бизнес»
## Уровень высшего образования - бакалавриат

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00A9E2DAF91A2F57E988B751E574CFCC
Владелец: Бучаев Ахмед Гамидович
Действителен: с 23.09.2025 до 17.12.2026

**Махачкала – 2026**

**УДК 338.33**
**ББК 65.29**

**Составитель –** Мусаева Светлана Халитовна, старший преподаватель кафедры финансово – экономических дисциплин ДГУНХ, Амирханова Патимат Магомедсултановна, старший преподаватель кафедры финансово – экономических дисциплин ДГУНХ.

**Внутренний рецензент -** Алиева Зарема Багаутдиновна, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансово – экономических дисциплин ДГУНХ.

**Внешний рецензент –** Сулейманова Наида Абдурахмановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Национальная и региональная экономика» ДГУ.

**Представитель от работодателя –** Ботвин Тимур Анатольевич, директор по продажам в отделе продаж Яндекс Маркет для бизнеса в ООО «Технолоджикал Деливери Сервисез».

*Методические рекомендации по выполнению курсового проекта по дисциплине «Основы бизнеса» разработаны в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления 38.03.05 Бизнес-информатика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 11.08.2016 г. № 1002, в соответствии с приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6.04.2021 г. № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».*

Методические рекомендации по выполнению курсового проекта по дисциплине «Основы бизнеса» размещены на официальном сайте www.dgunh.ru

Мусаева С.Х. Методические рекомендации по выполнению курсового проекта по дисциплине «Основы бизнеса» для направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, профиля «Менеджмент информационных технологий и электронный бизнес». – Махачкала: ДГУНХ, 2026 г., - 46 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 10 марта 2026 г.

Рекомендована к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «Менеджмент информационных технологий и электронный бизнес», д.э.н., Савзихановой С.Э.

Одобрены на заседании кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» 24 февраля 2026 г., протокол № 7.

## Содержание


| | | |
|---|---|---|
| | Введение | 4 |
| 1. | Основные требования к оформлению текста работы | 5 |
| 2. | Структура курсового проекта | 7 |
| 3. | Форма бизнес-плана, рекомендуемая для выполнения курсового проекта | 10 |
| 4. | Рекомендуемые темы для выполнения теоретической части | 25 |
| 5. | Примеры бизнес проектов для второй главы | 29 |
| 6. | Рекомендуемая литература | 32 |
| 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 курсового проекта 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 курсового проекта 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, курсовой проект является завершающим (интегральным) этапом экономического образования студентов.

При выполнении курсового проекта 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 курсовому проекту по дисциплине «Основы бизнеса».

## 1. Основные требования к оформлению текста работы

2. Работа выполняется на белой стандартной бумаге формата А4 (210*297мм).

3. Работа печатается через 1,5 интервала при размере шрифта 14.

4. Поля: левое – 3, верхнее, нижнее – 2, правое 1,5.

5. Объем курсового проекта – 35-40 стр.

6. Страницы нумеруются, начиная со второй. Первая страница, т.е. титульный лист, не нумеруется, но считается. Страницы нумеруются в правом нижнем углу.

7. 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 умещаются 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 исчисляют 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:

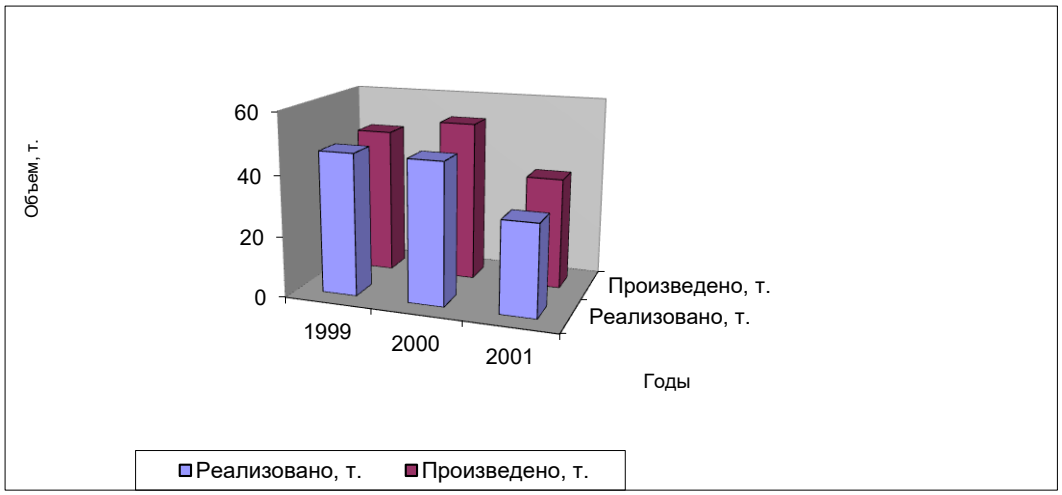


Рис. 2.1- Производство и реализация мяса бройлеров

## 2. Структура курсового проекта

Содержание курсового проекта должно соответствовать его 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 курсового проекта, который оформляется согласно установленному образцу (приложение 2).

**Содержание** (оглавление или план) – отражает логику изложения материала, порядок построения проекта 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 курсового проекта 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 курсового проектирования, 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 курсового проекта 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** курсового проекта состоит из двух частей – это теоретическая часть и расчетно-конструктивная.

Теоретическая часть **(8-10стр.)** – это один из важных разделов курсового проекта, 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 проекта – 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.

Курсовой проект может и не иметь приложения, если в них нет необходимости.

## 3. Форма бизнес-плана, рекомендуемая для выполнения курсового проекта

***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 выгодности. 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 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  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 курсовом проекте (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, выделяе-

мые 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 | II | III | IV | гр.4 х Кi (тыс.руб.) | гр.4 х Кi (тыс.руб.) |
| | | | | | | гр.4 х Кi | гр.4 х Кi | гр.4х Кi | гр.4 х Кi | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 1 | Сырье и материалы за вычетом отходов | А1 | а 1 | | | | | | | | |
| | | А2 | а 2 | | | | | | | | |
| 2 | Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних предприятий и организаций | А1 | b1 | | | | | | | | |
| | | А2 | b2 | | | | | | | | |
| 3 | Топливо и энергия на технологические цели | А1 | с1 | | | | | | | | |
| | | А2 | с2 | | | | | | | | |
| 4 | **ИТОГО прямых материальных затрат (стр.1+2+3)** | А1 | | | | | | | | | |
| | | А2 | | | | | | | | | |
| 5 | Заработная плата основная и дополнительная производственных рабочих | А1 | з1 | | | | | | | | |
| | | А2 | з2 | | | | | | | | |
| 6 | Налоги и отчисления на социальные нужды (стр.5 х %е) | А1 | е1 | | | | | | | | |
| | | А2 | е2 | | | | | | | | |
| 7 | **ИТОГО заработной платы прямой с отчислениями (стр.5+6)** | А1 | | | | | | | | | |
| | | А2 | | | | | | | | | |
| 8 | Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования (в т.ч.амортизационные отчисления) | А1 | | | | f1 | | | | | |
| | | А2 | | | | f2 | | | | | |
| 9 | Цеховые расходы (i х (стр.4+7+8) | А1 | i1 | | | | | | | | |
| | | А2 | i2 | | | | | | | | |
| 10 | Общезаводские расходы (l х (стр4+7+8) | А1 | l1 | | | | | | | | |
| | | А2 | l2 | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 11 | **ИТОГО расходов на обслужива-** | А1 | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **ние производства и управление (стр.8+9+10)** | А2 | | | | | | | | | |
| 12 | Прочие производственные расходы (m x (стр.4+7+8) | А1 | m1 | | | | | | | | |
| | | А2 | m2 | | | | | | | | |
| 13 | **Производственная себестоимость товарной продукции (стр.4+7+11+12)** | А1 | | | | | | | | | |
| | | А2 | | | | | | | | | |
| 14 | Внепроизводственные (коммерческие) расходы (n x стр.13) | А1 | n1 | | | | | | | | |
| | | А2 | n2 | | | | | | | | |
| 15 | **Полная себестоимость товарной продукции** (стр.13+14) | А1 | | | | | | | | | |
| | | А2 | | | | | | | | | |
| 16 | НДС (20% x стр18) / 120% | А1 | p1 | | | | | | | | |
| | | А2 | p2 | | | | | | | | |
| 17 | Акцизы и аналогичные обязательные платежи от реализации выпускаемой продукции (ф x стр.15) | А1 | ф1 | | | | | | | | |
| | | А2 | ф2 | | | | | | | | |
| 18 | Цена (выручка от реализации продукции) * | А1 | | | | | | | | | |
| | | А2 | | | | | | | | | |
| 19 | **Финансовый результат (прибыль общая предприятия) (стр.18-15-16-17)** | А1 | | | | | | | | | |
| | | А2 | | | | | | | | | |
| 20 | Погашение основного долга и выплата процентов за кредит | А1 | | | | r 1 | | | | | |
| | | А2 | | | | r2 | | | | | |
| 21 | Налог на прибыль (%s x стр.19) | А1 | s1 | | | | | | | | |
| | | А2 | s2 | | | | | | | | |
| 22 | **Чистая прибыль (стр. 19-20 - 21)** | А1 | | | | | | | | | |
| | | А2 | | | | | | | | | |

** 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 х е% ) | | | | | | | |
| 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 |
| ***1*** | **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.).

**Тбн = Зпост. / (Цср. – 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. Цср. = (ЦА1+ЦА2) : 2

**Зср.пер. -** средние переменные затраты на единицу продукции, руб. Зср.перем. = (Зперем.А1 + Зперем.А2) : 2

### 2. Расчет показателя рентабельности инвестиций

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

**Рент.инв.(%) = (Пр./ Инв.) х 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:

**Рент.продаж А1 = (ПрА1 / Реал.А1) х 100**
**Рент.продаж А2 = (ПрА2 / Реал.А2) х 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:

**Ток. (лет) = Инв./ 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:

**З1ртп = Сст.год. / 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. | |

## 4. 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. Страховое 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

## 5. Примеры бизнес-проектов для второй главы

| |
|---|
| Разработка бизнес-плана предприятия по производству молочной продукции, вариант № 1 |
| Разработка бизнес-плана предприятия по производству хлебобулочной 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 материа- |

| |
|---|
| лов, 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 |

## 6. Рекомендуемая литература

| № п/п | Автор | Название учебно-методической литературы для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине | Выходные данные | Количество экземпляров в библиотеке ДГУНХ/точек доступа |
|---|---|---|---|---|
| **I. Основная учебная литература** | | | | |
| 1. | Э.А. Арустамов | Основы бизнеса : учебник - 4-изд. | Москва : Дашков и К°, 2019. – 230 с. | http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496187 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 2. | И.К. Ларионов, К.В. Антипов, А.Н. Герасин и др. | Предпринимательство : учебник. – 3-е изд. | Москва : Дашков и К°, 2019. – 191 с. | http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573196 |
| **II. Дополнительная литература** | | | | |
| **А) Дополнительная учебная литература** | | | | |
| 1. | И.А.Дубровин. | Бизнес-планирование на предприятии: учебник для бакалавров | М. Дашков и К°, 2019. – 432 с. | https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573394 |
| 2. | Иванова-Паленова Е.В. | Предпринимательское право. Учебник для бакалавров | М.: Издательство Юрайт, 2012.- 267с. | 70 |
| 3. | Арустамов Э.А. | Основы бизнеса. Учебник | М.: «Дашков и К°», 2012. – 232 с. | 195 |
| 4. | Н.Ю.Круглова. | Основы бизнеса (предпринимательства):учебник | М.:КНОРУС, 2013.-440с. | 150 |
| 5. | Карташова Л.В., Фофанова Н.А. | Словарь-справочник опорных понятий, формул и терминов по дисциплинам: «Бизнес-планирование», «Производственный менеджмент» и «Нормирование труда на предприятиях отрасли» | Кемеровский государственный университет, 2012. – 84 с. | http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232323 |
| **Б) Официальные издания** | | | | |
| 1. Конституция РФ http://www.consultant.ru/popular/ooo/ | | | | |
| 2. Федеральный закон от 4 мая 2011 г. № 99-ФЗ О лицензировании отдельных видов деятельности http://www.consultant.ru/popular/ooo/ | | | | |
| 3. Федеральный закон от 26.12.2008 N 294-ФЗ (ред. от 14.10.2014) О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля | | | | |

| |
|---|
| http://www.consultant.ru/popular/ooo/ |
| 4. Федеральный закон от 14 ноября 2002 г. N 161-фз "О государственных и муниципальных унитарных предприятиях" (с изменениями и дополнениями) система гарант: http://base.garant.ru/12128965 |
| 5. Федеральный закон "О несостоятельности (банкротстве)" от 26.10.2002 n 127-фз<br>Http://www.consultant.ru/popular/bankrupt/<br>© консультантплюс, 1992-2015 |
| 6. Федеральный закон "Об обществах с ограниченной ответственностью" от 08.02.1998 n 14-фз<br>http://www.consultant.ru/popular/ooo/<br>© консультантплюс, 1992-2015 |
| 7. Федеральный закон "Об акционерных обществах" от 26.12.1995 n 208-фз http://www.consultant.ru/popular/stockcomp/<br>© консультантплюс, 1992-2015 |
| 8. Налоговый кодекс Российской Федерации (части I и II) – Официальный текст. – М.: Омега-Л, 2014. - 877 с. |
| 9. Трудовой кодекс Российской Федерации. Официальный текст. – М.: Омега-Л, Омега-Л, 2014. – 215 с. |
| **В) Периодические издания** |
| 1.Журнал «Экономист» |
| 2.Журнал «Российское предпринимательство».<br>https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235129 |
| 3.Босс: бизнес, организация, стратегия, схемы».<br>https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=336115 |
| **Г) Справочно-библиографическая литература** |
| 1.Словарь-справочник опорных понятий, формул и терминов по дисциплинам: «Бизнес-планирование», «Производственный менеджмент» и «Нормирование труда на предприятиях отрасли»<br>http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232323 |
| 2.Экономический словарь: от теории к практике<br>http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=467125 |

## 7. Интернет-ресурсы

1. http://www.cfin.ru (Корпоративный менеджмент);
2. http://eup.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.

**Приложение 1**

# Исходные данные

## Выпуск продукции (шт.)

Таблица 1

| Наименование изделия (услуги) | I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал | 2-й год | 3-й год |
|---|---|---|---|---|---|---|
| А1 | Исходные данные К1.1 | К1.2 | К1.3 | К1.4 | К1-2г. | К1-3г. |
| А2 | Исходные данные К2.1. | К2.2 | К2.3 | К2.4 | К2-2г. | К2-3г. |

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. | А1 | а 1 |
| | | А2 | а 2 |
| 2 | Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних предприятий и организаций, руб./шт. | А1 | b1 |
| | | А2 | b2 |
| 3 | Топливо и энергия на технологические цели, руб./шт. | А1 | с1 |
| | | А2 | с2 |
| 4 | Заработная плата основная и дополнительная производственных рабочих, руб./шт. | А1 | з1 |
| | | А2 | з2 |
| 5 | Налоги и отчисления на социальные нужды (НДФЛ, ПФ, ФОМС) ( %) | А1 | е1 |
| | | А2 | е2 |
| 6 | Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования (в т.ч. амортизационные отчисления), тыс.руб./1 кв. | А1 | f1 |
| | | А2 | f2 |
| 7 | Цеховые расходы (%) | А1 | i1 |
| | | А2 | i2 |
| 8 | Общезаводские расходы (%) | А1 | l1 |
| | | А2 | l2 |
| 9 | Прочие производственные расходы (%) | А1 | m1 |
| | | А2 | m2 |
| 10 | Внепроизводственные (коммерческие) расходы (%) | А1 | n1 |
| | | А2 | n2 |
| 11 | НДС (%) | А1 | р1 |
| | | А2 | р2 |
| 12 | Акцизы и аналогичные обязательные платежи от реализации выпускаемой продукции (%) | А1 | ф1 |
| | | А2 | ф2 |
| 13 | Погашение основного долга и выплата процентов за кредит, тыс.руб./квартал | А1 | r1 |
| | | А2 | r2 |
| 14 | Налог на прибыль (%) | А1 | s1 |
| | | А2 | s2 |
| 15 | Выпуск продукции, шт./квартал | А1 | К1.1. |
| | | А2 | К2.1. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 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 |
| **з1** | 60 | 70 | 80 | 90 | 100 | 110 | 120 | 130 | 140 | 150 | 160 | 170 | 180 |
| **з2** | 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 |
| **ф1** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **ф2** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **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 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **К1.1.** | 1500 | 2000 | 1800 | 1900 | 2100 | 2200 | 1000 | 1100 | 1200 | 1300 | 1400 | 1600 | 1700 |
| **К2.1.** | 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 |
| **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 |
| **з1** | 60 | 70 | 130 | 140 | 80 | 150 | 170 | 180 | 160 | 120 | 110 | 100 | 90 |
| **з2** | 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 |
| **ф1** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **ф2** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **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 |
| **К1.1.** | 1800 | 2000 | 1200 | 1550 | 1400 | 1600 | 2200 | 1400 | 1700 | 1300 | 2100 | 1900 | 2200 |
| **К2.1.** | 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 |
| **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 |
| **з1** | 90 | 180 | 60 | 110 | 70 | 100 | 140 | 130 | 80 | 150 | 170 | 160 | 120 |
| **з2** | 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 |
| **ф1** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **ф2** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **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 |
| **К1.1.** | 1600 | 2200 | 1400 | 1480 | 1700 | 1200 | 1500 | 1300 | 1100 | 1200 | 1800 | 1000 | 1900 |
| **К2.1.** | 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 |
| **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 |
| **ф1** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **ф2** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **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 |
| **К1.1.** | 1400 | 1380 | 1700 | 2020 | 2450 | 900 | 1210 | 1810 | 1020 | 1880 | 1500 | 1600 | 1700 |
| **К2.1.** | 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 |
| **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 |
| **ф1** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **ф2** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **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 |
| **К1.1.** | 1600 | 1000 | 2400 | 1180 | 1600 | 1450 | 2100 | 1200 | 1200 | 2050 | 1850 | 2100 | 1600 |
| **К2.1.** | 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 |
| **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 |
| **ф1** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **ф2** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **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 |
| **К1.1.** | 1400 | 1080 | 1720 | 1020 | 1860 | 2100 | 1240 | 1810 | 980 | 1880 | 1400 | 1600 | 1700 |
| **К2.1.** | 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 | - |
| **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 |
| **ф1** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **ф2** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| **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 |
| **К1.1.** | 1200 | 2100 | 940 | 2300 | 1563 | 1890 | 1980 | 2124 | 1324 | 1500 | 1300 | 1500 | 600 |
| **К2.1.** | 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 | - |
| **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 | | | | |
| **ф1** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | | | | |
| **ф2** | - | - | - | - | - | - | - | - | - | | | | |
| **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 | | | | |
| **К1.1.** | 950 | 1360 | 820 | 1030 | 1880 | 1050 | 1470 | 1480 | 1910 | | | | |
| **К2.1.** | 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 38.03.05 Бизнес-информатика,**
**профиль «**Менеджмент информационных технологий и электронный бизнес**»**

**КУРСОВОЙ ПРОЕКТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
**«Основы бизнеса»**

**ТЕМА: _____**

ВАРИАНТ ЗАДАНИЯ
РУКОВОДИТЕЛЬ
ВЫПОЛНИЛ (-А)
ШИФР ГРУППЫ

| | | | |
|---|---|---|---|
| Курсовой проект сдан руководителю<br>Дата_____<br>Подпись_____ | Проверен и возвращен на доработку<br>Дата_____<br>Подпись_____ | Проверен после доработки и допущен к защите<br>Дата_____<br>Подпись_____ | Проверен и допущен к защите<br><br>Дата_____<br>Подпись_____ |

Дата защиты курсового проекта_____
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** …