

**Областное государственное автономное профессиональное
образовательное учреждение «Новооскольский колледж»**

**Методические указания к выполнению
бизнес-плана
для студентов специальности
38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)
по ОП.07 Основы предпринимательства**

2020 г.

Печатается по решению методического совета
ОГАПОУ «Новооскольский колледж»
Автор: преподаватель Холмовая И.П.

Рецензент: Бузулуцкая Л.В. – зам. директора по учебной работе ОГАПОУ
«Новооскольский колледж»

ОП.07 Основы предпринимательства: методические указания / Сост. И.П.
Холмовая - Новый Оскол (для внутреннего пользования), 2020.- 19 с.

Методические указания по выполнению курсовой работы предназначены для студентов очной формы обучения специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) по ОП.07 Основы предпринимательства. Содержат требования по разработке и оформлению бизнес-плана.

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Целью написания курсовой работы является разработка бизнес-плана для освоения студентами компетенции «Предпринимательство». Выполненный бизнес-план студенты представляют на демонстрационном экзамене, который проводится по стандартам Ворлдскиллс Россия.

Компетенция Предпринимательство является командной компетенцией. Команда состоит из 2 человек.

Курсовая работа – это самостоятельная работа студента, представляющая цель и содержание анализа (или исследования) вопроса теоретического или практического характера по специальности, продолжением которой может быть выполнение дипломной работы.

Содержание курсовой работы охватывает материал согласно тематике избранной темы по специальности, характеризуя аспект разрабатываемой проблемы.

Задачи курсовой работы:

- изучение литературы по избранной теме;
- изучение основных положений формирования содержания работы;
- работа с нормативными документами, формирующими факторы разработки темы;
- изучение взаимодействия факторов, их влияния на результаты деятельности соответствующего предприятия или подразделения;
- исследование и выводы по организации технологического процесса и разработка предложений по улучшению организации работ с целью достижения наилучших результатов от профессиональной деятельности.

Главное при выполнении курсовой работы - это научное значение и возможность практического применения, а поэтому для качественного выполнения работы необходимы обработка собственных исследований и производство расчётов, применение соответствующих таблиц с данными расчётов, графиков, рисунков, а также сопровождающих материалов в приложении и презентации.

Выполнение курсовой работы способствует формированию компетенции «Предпринимательство», требуют общих и специальных знаний; умения проводить экспертные, маркетинговые и другие исследования; увязывать теорию с практикой, делать сравнения, обобщения, выводы и предложения.

Курсовая работа выполняется студентами (группой по 2 человека) самостоятельно при консультативной помощи преподавателя. Студенту предоставляется право выбора темы курсовой работы. Совместно с руководителем студент (студентка) уточняет круг вопросов, подлежащих изучению, составляет план работы и подбирает необходимую литературу.

Вопросы курсовой работы излагаются в строгой последовательности и взаимосвязи, иллюстрируются схемами, таблицами, графиками и рисунками. Графические материалы текста сопровождаются пояснениями.

Для курсовой работы оценка имеет следующие критерии:

-Соответствует ли тема курсовой работы учебным задачам данной дисциплины?

-Актуальна ли тема работы?

-Имеет ли место научность работы?

-Как широко рассматривается комплекс вопросов?

-Насколько широка степень владения теоретическим материалом по предмету курсовой работы?

-Каково качество выполнения экспериментальной части работы и курсовой работы в целом?

-Насколько обоснованы выводы и заключение в курсовой работе?

Выполненная и оформленная согласно требованиям государственных стандартов работа сдаётся на проверку. Согласно содержанию и оформлению работы, преподаватель без дополнительной защиты вправе поставить оценку или организовать дополнительную защиту, а также возможно направление работы на доработку.

Защита курсовой работы проводится в форме устного собеседования, учитываются при этом знания студента не только по теме и тексту работы, а также применению полученных знаний по использованию их в практическом применении, анализе и обоснованных выводах.

2.Содержание (структура) и порядок выполнения курсовой работы

Команда разрабатывает бизнес-план. Все представляемые материалы заверяются студентами (подписи, подтверждающие авторство).

Проверка авторства формулировок бизнес-плана проводится с использованием системы <https://www.antiplagiat.ru/> или аналогичной. Допустимый процент заимствования с правильным оформлением цитирования должен составлять не более 50%.

Формат письменных материалов:

1. Размер страниц бизнес-плана должен быть 21 x 29,7 см (стандарт А4) и, за исключением титульного листа, все листы должны быть пронумерованы. Бизнес-план должен быть не более 24 страниц, включая титульный лист, формы с примерами, маркетинговые материалы и другие сопроводительные документы. Письменный вариант БП должен быть сшит, иметь прозрачную обложку. Все что представлено, является частью бизнес-плана. Вводится сквозная нумерация страниц и таблиц.

2. Текст бизнес-плана должен быть набран шрифтом 12 пп, Times New Roman, интервал 1,5 строки. Текст работы должен иметь следующие поля: левое – 30 мм, верхнее, нижнее – 20 мм, правое – 10 мм. Допускается уменьшение межстрочного интервала до 1.0 в таблицах. Допускается применение диаграмм как построенных на компьютере, так и вручную. Неприемлемо использовать профессионально сделанные графики и диаграммы (перепечатка из книг, учебников и пр.).

3. На титульном листе должно быть указано название команды, название компании/проекта (если расходится с названием команды), имена участников команды и даты представления.

4. Вторая страница – Оглавление.

5. Третья страница размещается «визитка» команды, где должен быть представлен краткий обзор выбранного командой бизнеса, а также описание опыта и навыков каждого члена команды, позволяющих добиться успеха.

6. Бизнес-план выполняется, как минимум, в соответствии с разделами, перечисленными ниже:

- 1.Резюме бизнес-идеи
- 2.Описание компании
- 3.Целевой рынок
- 4.Планирование рабочего процесса
- 5.Маркетинговый план
- 6.Устойчивое развитие
7. Техничко-экономическое обоснование проекта (включая финансовый план)

Структура бизнес-плана и методические рекомендации по его написанию

Не существует жестко регламентированной формы и структуры бизнес-плана. Обычно в нем предусматриваются разделы, в которых раскрываются основная идея и цели бизнеса, характеризуется специфика продукта предприятия, дается оценка рынка и устанавливается стратегия поведения на определенных рыночных сегментах, определяется организационная и производственная структура, формируется финансовый аспект дела, включая стратегию финансирования и предложения по инвестициям, описываются перспективы роста предприятия.

Структура должна быть построена так четко, чтобы потенциальный инвестор (или тот, кто будет знакомиться с бизнес-планом) смог сразу оценить глубину и разносторонность, заложенную при подготовке бизнес-плана.

Следует отметить, что необходимо ориентироваться на разработку бизнес-плана нового предприятия или действующего предприятия, работающего над созданием и производством нового изделия, внедрением новой технологии. Исходя из вышеуказанной типологии бизнес-планов, следует и рекомендуемая структура бизнес-плана.

1. Резюме бизнес-идеи
2. Описание компании
3. Целевой рынок
4. Планирование рабочего процесса
5. Маркетинговый план
6. Устойчивое развитие
7. Техничко-экономическое обоснование проекта (включая финансовый план)

Резюме – главный раздел бизнес-плана

В переводе с французского резюме означает краткий вывод из сказанного. Этот раздел может быть написан только после завершения работы над самим бизнес-планом, но при этом обычно помещается в начале.

Резюме - это часть бизнес-плана, с которой знакомятся в первую очередь, и которая в определенном смысле представляет собой «визитную карточку» бизнеса. По сути, это единственная часть бизнес-плана, которую инвесторы будут читать наиболее внимательно. Именно по содержанию резюме потенциальные инвесторы, партнеры судят о целесообразности прочтения бизнес-плана до конца и вообще состоятельности предлагаемого проекта.

В резюме необходимо в нескольких пунктах раскрыть бизнес-план в сжатой форме, при этом обязательно отметив:

- Основные задачи бизнес-плана;
- Привлекательность бизнеса;
- Перспективные оценки будущих прибылей и объемов продаж;

- Процедуры возврата займов и кредитов инвесторам;
- Размер требуемого капитала.

Резюме должно содержать следующие данные:

- идеи, цели, суть проекта;
- особенности предлагаемых товаров (услуг, работ) и их конкурентные преимущества в сравнении с аналогичной продукцией конкурентов;
- стратегия и тактика достижения поставленных целей;
- квалификация персонала и особенности ведущих менеджеров.

Резюме целесообразно завершить информацией о прогнозе спроса, объемах продаж, потребности в финансировании, финансовых результатах, которые ожидаются в результате реализации проекта. Также в данном разделе целесообразно отразить потребность в инвестиционных средствах. Эти данные могут быть представлены в виде таблиц.

Назначение и элементы раздела «Описание компании»

Целевой функцией данного раздела является анализ текущего состояния и перспектив развития избранной отрасли бизнеса, а также изложение сведений на основе информации, взятой из учредительных документов предприятия, свидетельства о государственной регистрации и др.

Данный раздел бизнес-плана целесообразно структурировать следующим образом:

- описание отрасли;
- краткая характеристика предприятия;
- краткая историческая справка возникновения компании;
- организационная структура предприятия;
- характеристика менеджеров.

Обработывая информацию об истории и возникновении предприятия, формулируя цель и миссию предприятия, необходимо определить ценностные ориентиры предприятия, кодекс норм морали деловых взаимоотношений. Это неизбежно положительно скажется на репутации, имидже предприятия.

На этом этапе разработки бизнес-плана очень важно четко сформулировать цель предприятия.

Важным фактором в принятии окончательного решения потенциальными инвесторами о привлекательности, конкурентоспособности предлагаемого проекта является наличие на предприятии гармоничного управленческого коллектива, способного успешно решать четыре основных элемента управления: планирование; организация; контроль; руководство.

Группа управления в целом должна обладать человеческими качествами, техническим и концептуальным опытом, как в производстве, так и в организации поставок продукции предприятия (и / или комплекса услуг) на рынок. А поэтому сила группы управления должна быть четко отражена в бизнес-плане.

Раздел Целевой рынок

В любом бизнес-плане обязательно должен быть раздел, посвященный описанию целевого рынка, анализу его общих тенденций и условий и определению того, как эти тенденции влияют на результаты вашей деятельности и прибыль новой компании.

Характеристика рынка

Цель данного раздела – убедить потенциальных инвесторов и кредиторов в конкурентоспособности рассматриваемого проекта, в существовании рынка сбыта данного товара.

Аналитический характер данного раздела бизнес-плана предусматривает изучение рынка сбыта продукции (и/или услуг) через проведение маркетинговых исследований, сегментацию рынка и систематизацию полученных рыночных оценок. В конечном итоге все это оказывает прямое воздействие на прогнозируемый объем производства, маркетинговую стратегию предприятия и позволяет определить размеры требуемых инвестиций.

Прежде всего, соберите как можно больше информации о современной ситуации на рынке, основных тенденциях отрасли, прогнозах и перспективах ее развития. Инвесторов интересуют размеры рынка, на который вы собираетесь выходить со своей продукцией, уровень и тенденции развития отрасли, динамика цен за последние три - пять лет.

Ответьте на вопрос, какие тенденции продаж ваших основных продуктов или услуг наблюдаются на рынке за последние пять лет? Опишите, какие прогнозы дает анализ тенденций на ближайшие 3 года и укажите источники информации. Расскажите, как эти изменения могут повлиять в будущем на деятельность вашей компании.

Пример

Отрасль, занимающаяся производством товара или сбытом продукта или услуги, в ____ году продемонстрировала стремительный рост с ____ руб. до ____ руб., что составляет ____ % за ____ лет.

Согласно данным специализированных изданий (исследовательских компаний, торговых организаций, отчетов, маркетинговых агентств), в течение ближайших ____ лет ожидается увеличение объемов рынка на ____ %. Как ожидается, к концу ____ объем отрасли составит ____ млн. руб.

Наиболее перспективным и быстро развивающимся сегментом рынка продукта или услуги является _____, что позволяет рассматривать это направление как оптимальное для открытия нового вида бизнеса.

Уровень внимания, которое нужно уделить в вашем проекте анализу рынка и отрасли, зависит от размеров и перспектив вашего предприятия. Конечно, если вы собираетесь открывать мастерскую по починке обуви на своей улице, вряд ли стоит подробно описывать объемы и прогнозы развития мирового рынка таких услуг. Однако даже если ваш бизнес будет охватывать лишь район или город, оценка ситуации в этой сфере в больших масштабах не только придаст солидности вашему бизнес-плану, но также позволит оценить перспективы расширения компании, развития в дальнейшем новых направлений работы, ассортимента предлагаемых товаров и услуг.

Если ваш бизнес не требует больших капиталовложений и/или вы не располагаете точными данными по новой отрасли, то можно обойтись без глубокого анализа, точных данных и ссылок на авторитетные источники. Более того, можно использовать ваши собственные оценки и прогнозы ситуации на основе проведенных вами исследований.

Пример

Поскольку предлагаемый нами продукт появился на рынке сравнительно недавно, и рынок его сбыта только начинает формироваться, достаточно сложно точно оценить объемы его продаж на ближайшие несколько лет. Размер потенциальных продаж может составлять от _____ до _____ руб. Тем не менее, можно с уверенностью утверждать, что на рынке ожидается стремительный рост.

На данный момент продажи в денежном выражении увеличиваются на _____ % ежегодно, а количество реализуемой продукции растет на _____ единиц в год. Замедления в росте на последующие несколько лет не ожидаются.

Более того, так как рынок только начинает осваиваться все большим числом крупных производителей, то специалисты прогнозируют дальнейшее увеличение объемов продаж на _____ % в год.

В бизнес-плане для крупных предприятий необходимо описать, какую долю рынка сможет занять компания и оценить ее экспортный потенциал (планы относительно выхода бизнеса за пределы страны).

Здесь же стоит упомянуть о специфике выбранной отрасли (порог вхождения, фактор сезонности), а также особых целях вашего присутствия на рынке, если таковые есть.

При оценке рыночной доли старайтесь быть максимально объективными и не выдавайте желаемое за действительное. Для этого обосновывайте свой прогноз результатами своих исследований и оценками экспертов.

Определите общий объем рынка, скорость его роста, объем рынка через один год, три года, пять лет, процент прибыли, который вы рассчитываете получить через один год, три года, пять лет, и процент прибыли, который имеют конкуренты.

Пример

Согласно данным, полученным _____, местный /региональный /федеральный/ международный рынок продукта или услуги генерирует ежегодные продажи на сумму _____ руб. (долларов или евро). По нашим оценкам, компания _____ сможет занять _____% рынка в течение последующих _____ лет.

Характеристика потребителей продукции

Определите, является ли ваш целевой рынок потребительским или промышленным (так называемый рынок B2B – «бизнес для бизнеса»).

Если предлагаемый вами товар или услуга предназначены для конечных потребителей, то приведите их возрастные характеристики, уровень образования, состав семьи, пол, уровень доходов, опишите жизненный стиль, профессиональные занятия, общие потребности, покупательское поведение.

Пример

К целевой аудитории нашей компании относятся мужчины и женщины в возрасте _____ не состоящие в браке (состоящие в браке/ имеющие детей), со средним профессиональным/высшим образованием, с уровнем дохода _____, работающие на условиях полной занятости (частичной занятости/ не работающие/ учащиеся/ пенсионеры).

Они проживают в крупных городах (пригородах/средних и малых городах/районах), как правило, читают _____, слушают _____, смотрят _____ и часто (периодически/редко) пользуются интернетом.

Опишите факторы, которыми руководствуются ваши потенциальные потребители при покупке товаров или услуг, аналогичные вашим. Если ваш продукт уже есть на рынке или если проводились маркетинговые исследования и тестирование на фокус-группах, укажите в своем бизнес-плане их результаты и мнение потенциальных покупателей о предлагаемых товарах и услугах.

Стратегия продвижения продукции на рынок

Эффективная ценовая политика является важным фактором успеха маркетинговой деятельности предприятия. В этом разделе своего бизнес-плана дайте расчет и обоснование установленных вами цен на товары или услуги.

Цены, которые вы установите на свою продукцию, будут напрямую влиять на объемы продаж и уровень прибыли. Чтобы определить свою ценовую политику, необходимо поставить задачи, разработать систему цен с учетом всех расходов предприятия, выбрать ценовую стратегию для создания присутствия на рынке.

Пример

Прежде чем установить цены на наш продукт, мы вычислили затраты на единицу продукции. Затем мы изучили цены на аналогичные продукты, представленные на рынке.

Если бы наш товар имел среднерыночную цену, а его продажи составили бы минимальный прогнозируемый объем, компания получила бы прибыль в размере ___ через ___ дней/месяцев/лет.

Но так как разработанный нами продукт обладает дополнительными уникальными характеристиками, включая _____ (многофункциональность, надежность, долгий срок службы и т. д.), то мы посчитали возможным установить на него цену на ___ % выше среднерыночной.

Перед утверждением стоимости, мы провели опрос среди потенциальных пользователей продукта. Анкета включала в себя вопросы относительно выгод, связанных с дополнительными характеристиками товара, и востребованности новых функций.

Таким образом, мы выяснили, является ли установленная цена приемлемой для потребителей.

По результатам исследования оказалось, что 50 % опрошенных проявили заинтересованность в новом продукте и посчитали его цену справедливой. 20 % из этой группы уже прислали заказы на нашу

продукцию. Таким образом, предложенная нами система ценообразования и скидок на продукт представляет собой _____.

Приложите к бизнес-плану прайс-лист, если он у вас уже утвержден.

Опишите систему распределения продаж в настоящее время и планируемую схему распространения в будущем. Секрет грамотного распределения предельно прост: вам нужно предоставить свои продукты и услуги нуждающимся в них людям в нужное время, в нужном количестве и с минимальными для вас затратами.

Традиционная схема распределения включает в себя продажи потребителям напрямую, через агентов или сеть распространителей, посредством оптового или розничного оператора. Объемы продаж через каждый из этих каналов зависит от количества потребителей, на которых ориентирован ваш товар, от концентрации рынка, цены и сложности продукта, финансовых ресурсов и необходимости контроля.

Пример

Главными каналами распределения компании являются _____. Мы предпочли использовать канал А, так как его целевой рынок имеет схожие характеристики с нашими потенциальными потребителями. Канал Б был выбран нами по той причине, что он имеет эксклюзивные права торговли на рынке данного региона. Канал В обеспечивает высокое качество обслуживания потребителей и имеет самый широкий охват рынка в регионе.

Теперь нужно составить план продвижения вашей продукции, в котором рассматриваются рекламные инструменты, которые вы собираетесь использовать, стимулирование сбыта, сервисное и гарантийное обслуживание, а также связи с общественностью.

Напишите о том, что вы хотите донести своим клиентам, и/или о возможной тематике рекламных сообщений. Перечислите рекламные средства, которые вы планируете использовать и объясните, почему вы выбрали именно эти инструменты.

К традиционной рекламе относятся объявления в газетах, журналах, в информационных и адресных справочниках, раздача листовок, прямая почтовая рассылка, брошюры и постеры.

Пример

Содержание и основная тема нашей рекламы напрямую связаны с _____. Наша реклама будет адресована _____. В первую очередь она привлечет внимание таких потенциальных покупателей, которые _____.

В качестве главного рекламного средства планируется использовать региональное издание (рекламные газеты, листовки, телевидение, радио, наружную рекламу, интернет).

В период сезонных акций и распродаж мы будем _____. Для проведения специальных мероприятий наша компания воспользуется услугами рекламного агентства для разработки всей концепции рекламной кампании или отдельных материалов.

При выборе агентства мы планируем обращать особое внимание на его профессионализм (опыт работы в смежных сферах, клиентскую базу, креативность и т. д.).

Стимулирование сбыта представляет собой сочетание нескольких видов деятельности, предусмотренных планом продвижения. Главная цель стимулирования сбыта заключается в улучшении оптовой и розничной реализации продукции.

Для этого используются такие методы, как продажа через каталоги, распространение рекламных листовок с информацией об акциях, оформление витрин и экспозиций в торговом зале, размещение баннеров и вывесок (то есть все, что не относится напрямую к рекламе, но способствует росту продаж и повышению узнаваемости вашей компании).

Сюда же относится участие в торговых выставках и проведение демонстрационных показов.

Опишите специальные акции или предложения вашей компании, которые могут способствовать увеличению объема продаж предлагаемых продуктов или услуг. Укажите продолжительность и частоту этих предложений, их целевую аудиторию и способы информирования о них потенциальных покупателей.

Пример

С целью увеличения объема продаж наших товаров или услуг мы планируем организовывать следующие специальные предложения и акции (скидки, особые мероприятия, эксклюзивные предложения, систему

дисконтных карт, распродажи, распространение бесплатных пробных продуктов или услуг, конкурсы, благотворительные акции).

Эти мероприятия будут проводиться еженедельно (ежедневно, ежемесячно, раз в три месяца, раз в полгода, в период спада продаж) и будут в среднем длиться ___ дней. Мы планируем информировать своих клиентов о проведении очередных акций с помощью _____.

Направление Public Relations (связи с общественностью) тесно связано с остальными, но обычно рассматривается как отдельный компонент продвижения.

Сюда относится выпуск и распространение пресс-релизов, проведение пресс-конференций, участие в радио- и ТВ-программах, появление представителей компании на различных общественных и коммерческих мероприятиях, а также создание иных благоприятных информационных поводов, которые привлекут внимание общественности и прессы.

Пример

Основной целью проводимых мероприятий по связям с общественностью является увеличение общей осведомленности населения о наших товарах и/или услугах.

Кроме того, мы планируем подчеркнуть наши конкурентные преимущества и проинформировать потенциальных клиентов о последних тенденциях и новых разработках нашей компании и всей отрасли в целом.

В рамках проводимых PR-кампаний осуществляется рассылка пресс-релизов, тестовых образцов, мультимедийной продукции, иницируются публикации в СМИ, организовываются интервью с первыми лицами компании, подготавливаются обзоры продуктов и проводятся пресс-конференции.

Нередко в этом разделе указывается информация о сервисном и гарантийном обслуживании, которое вы предлагаете своим клиентам. Не стоит копировать данные из предыдущего раздела. Постарайтесь представить эти услуги в качестве дополнительного конкурентного преимущества, которое привлечет внимание потребителей.

Пример

Как правило, средний срок гарантийного обслуживания на данный вид товара составляет один год. Мы уверены в высоком качестве нашей продукции и увеличиваем срок гарантийного обслуживания до двух лет.

Характеристика конкурентов

Описание конкурентной среды является неотъемлемой частью любого бизнес-плана. Укажите, кто является вашими прямыми и косвенными конкурентами. Оцените их долю рынка и уровень прибыли. Проанализируйте их сильные и слабые стороны, опишите, какие технологии и оборудование они используют, каким методам продвижения отдают предпочтение, какой у них персонал, какую ответную реакцию можно от них ожидать после вывода на рынок вашего продукта.

Такое исследование вполне можно провести самостоятельно. Ищите информацию в справочниках и отраслевых изданиях, поговорите с клиентами (в том числе и бывшими) компании-конкурента, проведите опрос среди покупателей, тщательно изучите продукты конкурентов, обратите внимание на их методы рекламы и продвижения.

Пример

Нашими основными конкурентами на рынке продукта или услуги являются компании А, Б и В. Конкурент А известен своей агрессивной ценовой политикой.

Конкурент Б разработал и внедрил наиболее эффективный план обслуживания. Конкурент В работает на рынке дольше остальных и имеет благоприятную репутацию и большое количество лояльных клиентов. Тем не менее, ни одна из конкурирующих компаний не расширяет ассортимент и не предлагает дополнительные услуги.

Нашим прямым конкурентом в регионе является компания _____, расположенная в _____.

Она имеет следующие преимущества: выгодное месторасположение (находится на пересечении крупных транспортных развязок, поблизости от поставщиков), конкурентные цены, быстрая доставка, грамотные менеджеры.

К недостаткам конкурирующей компании относится невысокий уровень сервиса (жалобы клиентов на долгий срок ремонта по гарантии), устаревшее оборудование, отсутствие партнерских программ и т. д.

Здесь же можно описать ваше главное конкурентное преимущество, сравнивая ваше предложение с предложениями других компаний.

Пример

Несмотря на то, что наша компания пока еще неизвестна на рынке, мы обладает двумя несомненными преимуществами по сравнению с нашими конкурентами.

Мы закупаем товар крупными партиями, что позволяет уменьшить стоимость единицы продукции и транспортных расходов и, следовательно, установить на товар меньшую розничную цену, чем у конкурентов.

Также мы предлагаем самый высокий уровень обслуживания клиентов, предлагаем услуги бесплатной телефонной информационной службы, осуществляем продажи посредством нашего интернет-сайта и регулярно проводим акции и распродажи.

4. Защита и критерии оценки

По завершении оформления в установленные сроки студент сдаёт курсовую работу своему руководителю, который даёт на неё письменную рецензию. При положительной рецензии курсовая работа допускается к защите. Защита курсовой работы студентом происходит за счёт учебных часов отпущенных на изучение учебного материала и является открытой. На защите студент излагает суть своей работы в течение 5-7 минут и отвечает на вопросы членов комиссии.

Оценку «отлично» получает работа, полностью соответствующая данным Методических указаниям как по содержанию, так и по оформлению. При этом студент полностью и грамотно отвечает на поставленные вопросы, показывая глубокие знания изученной темы.

Оценку «хорошо» получает работа, в целом отвечающая требованиям Указаний, хотя имеются отдельные недочёты в оформлении, есть претензии к ответам на вопросы и другие замечания.

Оценку «удовлетворительно» получает работа, имеющая целый ряд недостатков в содержании, оформлении; при этом студент при защите обнаруживает недостаточное знание изучаемого вопроса, а в рецензии руководителя имеются существенные замечания.

При несоответствии курсовой работы требованиям Методических указаний, плохом её оформлении и существенных затруднениях студента при ответах на вопросы работа получает оценку «неудовлетворительно».

Оценка курсовой работы представляет сумму трех составляющих:

- подготовка и оформление текста работы до 50 баллов;
- доклад до 20 баллов;
- защита (ответы на вопросы) до 30 баллов.

Распределение баллов за курсовую работу.

1.ОЦЕНИВАНИЕ ТЕКСТА	50
<i>1.1.Оценка работы по формальным критериям</i>	10
Выполнение работы в соответствии графиком	4
Оформление работы в соответствии с требованиями	6
<i>1.2.Оценка работы по содержанию</i>	40
Соответствие содержания заявленной теме	2
Соответствие содержания разделов бизнес-плана заявленной теме	10
Логическая связь между разделами	3
Обоснование актуальности темы	5
Постановка задач	5
Качество технико-экономического обоснования проекта, включая финансовые инструменты и показатели	10
Умение формулировать выводы (заключения)	5
2.ОЦЕНКА ВЫСТУПЛЕНИЯ	20
Оценка (качества) презентации	5
Оценка (качества) содержания доклада	6
Оценка (качество) выступления: ритмичность выступления, умение владеть аудиторией, дикцией, жесты, поведение, стиль одежды	9
3.ОЦЕНКА ЗАЩИТЫ	30
Оценка (качество) ответов на вопросы, краткость, грамотность, четкость	30

Критерии оценки:

90-100 баллов – «отлично»

75-89 баллов – «хорошо»

50-74 балла – «удовлетворительно»

Ниже 50 баллов – «неудовлетворительно»

Студентам, получившим неудовлетворительную оценку по курсовой работе по решению преподавателя разрешается доработка предложенной темы и определяется новый срок для ее выполнения.

**ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА
И ОГЛАВЛЕНИЯ**

ОГАПОУ «Новооскольский колледж»

**КУРСОВАЯ РАБОТА
БИЗНЕС-ПЛАН**

Открытие закусочной «Пельмания»

Выполнили: Коробова Алина
Валерьевна
Стрельников Роман Андреевич
студенты группы 3-1 лог
Руководитель: Холмовая И.П.

Новый Оскол 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.Резюме	3
2.Описание компании	4
3.Целевой рынок	7
4.Планирование рабочего процесса	8
5.Маркетинговый план	11
6.Устойчивое развитие	12
7.Технико-экономическая обоснование проекта (включая финансовый план)	17
Приложение	19