

Министерство образования Азербайджанской Республики
Общество с ограниченной ответственностью
«Азербайджанский Государственный Экономический Университет»
Дербентский филиал Общества с ограниченной ответственностью
«Азербайджанский Государственный Экономический Университет»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
по дисциплине

БЗ.В.ДВ.7.1 БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ВЭД

Направление подготовки
38.03.01 «Экономика»

Профиль подготовки
Мировая экономика

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
очная, заочная

Содержание

	стр.
1. Цель и задачи дисциплины	3
2. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и академических часах	5
5. Структура и содержание дисциплины	6
5.1. Структура дисциплины	5
5.2. Содержание тем лекционных занятий	7
5.3. Содержание тем практических (семинарских) занятий	12
6. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (по модулю)	15
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	17
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины	17
7.2. Показатели и критерии оценивания компетенций	18
7.3. Примерные (типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации	18
7.4. Контрольные вопросы для зачета по дисциплине	32
7.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	33
8. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля)	34
9. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины (модуля)	34
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	35
11. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)	39
12. Материально-техническое обеспечение дисциплины	39
13. Образовательные технологии	39

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Бизнес-планирование в условиях ВЭД» является формирование у будущих бакалавров теоретических представлений в области бизнес-планирования, микроэкономики, планирования и оптимизации деятельности фирмы в условиях нестабильной внутренней и внешней рыночной среды, а также приобретению практических навыков анализа экономического, финансового, ресурсного, инновационного состояния предприятия, анализа внутренних и внешних рынков сбыта продукции (услуг) фирмы, освоение методики оптимизации планирования производственной и сбытовой деятельности предприятия, действующего на национальных и зарубежных рынках.

Задачи дисциплины:

1) освоить элементы системного подхода к управлению фирмой в условиях нестабильной рыночной внутренней и внешней среды;

2) осуществить анализ отчетов фирмы при выборе оптимальной траектории развития международного бизнеса, изучить структуру финансирования фирмы; освоить методику описания отрасли, предприятия и его продукции в бизнес-плане фирмы;

4) исследовать динамику структуры издержек предприятия при оптимизации его производственной и коммерческой внешнеэкономической деятельности;

5) освоить методику расчета ключевых индикаторов эффективности деятельности фирмы, оценить эффективность внешнеэкономических операций;

6) приобрести теоретические и практические навыки анализа внутренних и зарубежных рынков; освоить методику описания рынка в бизнес-плане фирмы;

7) освоить методические основы выбора стратегии маркетинга и сбыта продукции фирмы, действующей в условиях ВЭД; освоить методику составления маркетинг-план фирмы, производственного и организационного плана в бизнес-плане фирмы;

8) осуществить оптимизацию внутрифирменного планирования в рыночных условиях функционирования; освоить методику построения финансового плана фирмы в рамках ее бизнес-плана в сфере ВЭД.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность (ОК-5);

- способен участвовать в подготовке и проведении мероприятий маркетинговой, коммерческой, инвестиционной и иных видов политики организации (компании) в сфере внешней торговли и международного бизнеса (ПК-1);

- способен выявлять основные тенденции в развитии мировой экономики и анализировать последствия принимаемых управленческих решений в сфере международного бизнеса (ПК-2);

- способен анализировать статистическую и финансовую отчетность с целью

определения конкурентных форм международного бизнеса и количественного прогнозирования конъюнктуры мировых рынков (ПК-3);

- способен составлять модели поведения бизнеса в условиях мирового рынка и вырабатывать рекомендации по управлению рисками при осуществлении международной деятельности (ПК-5);

- способен обобщать отечественную и зарубежную практику по вопросам внешней торговли товарами и услугами и опыт проведения международных валютных, финансовых и кредитных операций (ПК-6);

- способен производить речевое взаимодействие и анализировать информацию на иностранном языке в рамках профессионально-деловой сферы общения (ПК-7).

Знать:

- методы принятия решений (ОК-5);

- методы анализа мировых рынков (ПК-1, ПК-2, ПК-3);

- модели поведения бизнеса при различной конъюнктуре мировых рынков (ПК-5);

- методы анализа зарубежных рынков (ПК-6);

- способы и формы зарубежного кредитования (ПК-6);

- формы совместной инвестиционной деятельности (ПК-6);

- профессиональную сферу международного бизнеса (ПК-7);

Уметь:

- анализировать ситуации; разрабатывать альтернативы решений; выбирать оптимальное решение (ОК-5);

- составлять планы маркетинга; разрабатывать бизнес-планы продвижения товара на зарубежных рынках (ПК-1);

- составлять планы маркетинга; разрабатывать бизнес-планы продвижения товара на зарубежных рынках (ПК-2);

- проводить анализ конъюнктуры мировых рынков (ПК-3);

- оценивать риски бизнеса с учетом конъюнктуры мировых рынков (ПК-5);

- обобщать практику национальной и внешней торговли и обобщать опыт международных финансово-кредитных операций (ПК-6);

- вести переговоры с иностранным партнером в части внешнеторговых сделок (ПК-7);

Владеть:

- методикой принятия управленческих решений (ОК-5);

- владеть навыками поиска информации о конъюнктуре мировых рынков (ПК-1);

- владеть навыками поиска информации о конъюнктуре мировых рынков и тенденциях их развития (ПК-2);

- владеть навыками определения конкурентных форм международного бизнеса (ПК-3);

- владеть навыками разработки рекомендаций по снижению рисков бизнеса (ПК-5);

- владеть навыками поиска информации о конъюнктуре мировых рынков (ПК-6);

- владеть навыками составления конъюнктурных обзоров мировых рынков (ПК-6);

- владеть навыками организации и техники исполнения внешнеэкономических сделок (ПК-7).

Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе основаны на использовании современных достижений науки и информационных технологий. Направлены на повышение качества подготовки путем развития у студентов творческих способностей и самостоятельности (методы проблемного обучения, исследовательские методы, тренинговые формы, рейтинговые системы обучения и контроля знаний и др.). Нацелены на активизацию творческого потенциала и самостоятельности студентов и могут реализовываться на базе инновационных структур (научных лабораторий, центров, предприятий и организаций и др.).

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП БАКАЛАВРИАТА

Рабочая программа дисциплины является частью основной образовательной программы высшего образования в соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (квалификация (степень) «бакалавр») утвержден Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 декабря 2009 г. № 747.

Дисциплина «Бизнес-планирование в условиях внешнеэкономической деятельности» относится к дисциплинам по выбору вариативной части профессионального цикла (Б3.В.ДВ) образовательной программы по направлению 38.03.01 «Экономика».

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: макроэкономика», «микроэкономика», «Информационные технологии и коммуникации», «Менеджмент», «Маркетинг», «Мировая экономика и МЭО», «Международные валютно-кредитные отношения».

На дисциплине «Бизнес-планирование в условиях внешнеэкономической деятельности» базируются дисциплины профессионального цикла и производственная практика.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетных единиц.

Объем дисциплины	Всего часов	
	очная форма обучения	заочная форма обучения
Семестр	8	9
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
<i>1. Контактная работа обучающихся с преподавателем, всего</i>	<i>56</i>	<i>18</i>

Аудиторная работа, всего	52	14
из них в интерактивной форме	16	4
Лекции	24	6
Практические занятия	28	8
Внеаудиторная работа, всего	4	4
в том числе		
- индивидуальная работа обучающихся с преподавателем;	4	-
- промежуточная аттестация – зачет		4
2. Самостоятельная работа обучающихся, всего	52	90

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Структура дисциплины

для очной формы обучения

Наименование разделов (модулей)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
	ЛК	ПК	СРС	КСР	
Модуль 1. Общие представления об экономике фирмы и эффективности ее деятельности	6	6	12	2	Устный опрос, тестирование, защита рефератов, контрольная работа
Тема 1. Общие представления о планировании и управлении бизнесом	2		6		
Тема 2. Общие методические указания по бизнес-планированию в условиях ВЭД	4	6	6		
Модуль 2. Внутрифирменное планирование в условиях рынка и внешнеэкономической деятельности	18	22	40	2	
Тема 3. Описание отрасли и предприятия в бизнес-плане фирмы	4	4	8		
Тема 4. Описание продукции или услуг предприятия	2	2	6		
Тема 5. Анализ рынка	2	4	6		
Тема 6. Стратегия маркетинга и сбыта	2	4	4		
Тема 7. Производственный план	2	2	6		
Тема 8. Организационный план	2	2	4		
Тема 9. Финансовый план фирмы как результат внутрифирменного планирования	4	4	6		
Итоговый контроль				4	зачет
Итого	24	28	52	4	

для заочной формы обучения

Наименование разделов (модулей) и/или тем	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
	ЛК	ПК	СРС	конт роль	
Модуль 1. Общие представления об экономике фирмы и эффективности ее деятельности	2	2	20		Устный опрос, тестирование, защита рефератов, контрольная работа
Тема 1. Общие представления о планировании и управлении бизнесом	2		10		
Тема 2. Общие методические указания по бизнес-планированию в условиях ВЭД		2	10		
Модуль 2. Внутрифирменное планирование в условиях рынка и внешнеэкономической деятельности	4	6	70		
Тема 3. Описание отрасли и предприятия в бизнес-плане фирмы	2	2	10		
Тема 4. Описание продукции или услуг предприятия			10		
Тема 5. Анализ рынка		2	10		
Тема 7. Производственный план			10		
Тема 8. Организационный план		2	10		
Тема 9. Финансовый план фирмы как результат внутрифирменного планирования	2		10		
Итоговый контроль				4	зачет
Итого	6	8	90	4	

5.2. Содержание тем лекционных занятий

Тема 1. «Общие представления о планировании и управлении бизнесом»

Модуль 1. «Общие представления об экономике фирмы и эффективности ее деятельности»

Понятие управления и оптимизации бизнеса. Стратегия планирования бизнеса. Системный подход к управлению бизнесом, управляемые параметры и критерии выбора оптимальных решений. Планирование и управление бизнесом в условиях внешнеэкономической деятельности фирмы, целесообразные и доступные формы ВЭД фирмы, проблемы и решения.

Лекция:

- 1.Цель, предмет и объект изучения курса
- 2.Системный подход к планированию бизнеса фирмы в условиях нестабильной рыночной среды

Тема 2. Общие методические указания по бизнес-планированию в условиях ВЭД

Понятие бизнес-плана и его роли в развитии хозяйственной деятельности и во ВЭД фирмы. Технология составления бизнес-плана. особенности бизнес-плана при подготовке условий внешнеэкономического сотрудничества. .

Типовые разделы бизнес-плана, их связь с этапами внутрифирменного планирования фирмы и формами взаимодействия с иностранными партнерами. Международный маркетинг и бизнес-планирование фирмы. Финансовый менеджмент фирмы и развитие ее ВЭД.

Лекция:

- 1.Место планирования бизнеса и бизнес-планов в управлении фирмой
- 2.Структура бизнес-плана фирмы и технология его подготовки в рамках внутрифирменного планирования

Модуль 2. Внутрифирменное планирование в условиях рынка и внешнеэкономической деятельности»

Тема 3. Описание отрасли и предприятия в бизнес-плане фирмы

Анализ состояния и перспектив развития отрасли в бизнес-плане призван решить в основном две задачи: 1) изучить состояние и тенденции развития отрасли как объекта инвестирования; 2) получить исходную информацию для прогнозов объема производства продукции и услуг, которые может выпускать Ваше предприятие, исходя из условий конкуренции. Для решения первой задачи в бизнес-плане целесообразно дать ретроспективный анализ текущего состояния дел в отрасли, развития отрасли в предшествующий период (5-10 лет), описать возможные тенденции дальнейшего развития. При выполнении анализа необходимо обратить особое внимание, возникали ли какие-либо предприятия в отрасли в последние годы, планируется ли появление новых предприятий в ближайшее время, в среднесрочной перспективе.

Для решения второй задачи необходимо описать основных конкурентов на региональном, внутреннем и внешнем рынках. Анализ этих данных даст возможность определить конкурентные преимущества вашего предприятия или выявить его недостатки, определить методы конкурентной борьбы с предприятиями-конкурентами.

Лекция:

- 1.Характеристика отрасли
- 2.Сырьевая база отрасли.
- 3.Описание предприятия.
- 4.Конкурентный анализ

Тема 4. Описание продукции или услуг предприятия

Целевое назначение этого раздела бизнес-плана - дать инвестору ясное представление прежде всего о потребительских свойствах продукции и услуг, предлагаемых предприятием, с тем чтобы он мог оценить платежеспособный спрос на них. Объясните, что конкретно представляет собой продукция или из чего конкретно состоят услуги, чем отличается ваша продукция и почему она будет пользоваться спросом на рынке.

Главное внимание при описании изделий (услуг) необходимо уделять не техническому описанию изделий (достаточно указать, что они соответствуют требованиям соответствующих ГОСТов или ТУ), а качеству, надежности, конкурентоспособности предлагаемых товаров и услуг:

Лекция:

1. Наименование изделия и его спецификация
2. Назначение и области применения;
3. Основные технические, эстетические характеристики
4. Структура выпуска в натуральных и стоимостных показателях
5. Ключевые проблемы, факторы неопределенности и меры по их снижению;
6. Условия поставки.

Тема 5. «Анализ рынка»

Общее представление о товаре и спросе. Детерминанты спроса, параметры воздействия на сбыт, стандартизированный и дифференцированный товары, конкурентоспособность товара. Описание продукта (услуг) фирмы в ее бизнес-плане, конкурентный анализ во ВЭД фирмы.

Выбор производственной и коммерческой стратегий развития фирмы в зависимости от "стадии жизненного цикла товара" и сложившейся конъюнктуры спроса на рынке. Анализ состояние фирмы по Бостонской модели. Использование результатов анализа при выборе направлений развития ВЭД фирмы.

Сущность анализа рынка. Характеристики видов рынков. Целевой маркетинг. Сегментирование рынка и выбор целевого (управляемого) сегмента рынка.

Особенности и проблемы анализа зарубежных рынков. Представление результатов анализа рынка в бизнес-плане фирмы: описание отрасли, предприятия и продукции; емкость рынка оценка уровня спроса по сегментам рынка, прогнозирование объемов продаж, рыночная цена; доля рынка, обоснование размеров управляемого сегмента рынка. Роль анализа рынка в развитии ВЭД предприятия. Конкурентный анализ.

Лекция:

1. Общее представление о товаре и спросе
2. Жизненный цикл товара и уровень спроса
3. Сегментирование рынка. Выбор стратегии маркетинга
4. Анализ целевого управляемого сегмента рынка
5. Позиционирование товара на рынке. Конкурентный анализ
6. Структура бизнес-плана фирмы по разделу "Анализ рынка"

Тема 6. «Стратегия маркетинга и сбыта»

План-маркетинг как, инструмент выбора эффективной коммерческой деятельности фирмы; структура цены фирмы, рыночная цена. цена конкурентов. Цены зарубежных товаров.

Содержание задачи коммерческого ценообразования. Выбор стратегии ценообразования: цели, политики, критерии; фактор ВЭД в ценообразовании.

Выбор безубыточного объема продаж как многофакторная многокритериальная задача. Динамика себестоимости и прибыли, факторная зависимость от объемов производства и сбыта, от цены товара. Модель задачи выбора коммерческой стратегии фирмы. Влияние ВЭД фирмы на решение задачи выбора коммерческой стратегии фирмы.

Ценовая конкуренция в условиях ВЭД фирмы: анализ и решения.

Хозяйственная тактика и маркетинговая стратегия фирмы: цели, задачи, методы, взаимосвязь, выходы на зарубежные рынки. Стратегия и тактика фирмы в схеме коммерческого ценообразования в условиях

Методика описания плана маркетинга в бизнес-плане фирмы, ценовой анализ товара конкурентов на отечественном и зарубежном рынке.

Стратегия воздействия фирмы на сбыт своего товара: выбор ценовой политики фирмы; влияние качества и упаковки товара на успех бизнеса; сервисное (послепродажное) обслуживание и его влияние на объем оборота и цену товара фирмы; товарный ассортимент как фактор оптимизации бизнеса; влияние местоположения фирмы и каналов продвижение товаров на уровень сбыта фирмы; реклама как фактор воздействия на оборот и цену фирмы.

Особенности сбытовой стратегии фирмы в условиях ВЭД.

Методика описания раздела бизнес-плана "Стратегия

Тема 7. Производственный план

Основная цель данного раздела - представить информацию по обеспеченности инвестиционного проекта с производственной и технологической стороны.

Работа над производственным планом, как правило, ведется параллельно с работой по анализу рынка, состояния отрасли и должна быть завершена одновременно с разработкой плана маркетинга, т.к. данные этих двух разделов бизнес-плана являются базой для просчета финансовых характеристик проекта.

В производственном плане необходимо отразить следующее: а)изложить цели долгосрочной стратегии вашего предприятия; б)описать структуру производства, планируемого к созданию в рамках инвестиционного проекта; в)сырьевую базу; г)технологическую схему производственного процесса; д)источники энерго-, тепло-, водоснабжения; е)представить данные о кадровом обеспечении производства, программу подготовки и переподготовки кадров; ж)описать план вывода предприятия на полную проектную мощность; з)представить информацию о состоянии работ по проекту и возможностях производства.

Лекция:

- 1.Технология и производственная структура фирмы
- 2.Калькуляция себестоимости продукции.

3. План по прибыли.

Тема 8. Организационный план

В этой части плана бизнес-плана описывается структура и философия управления, дается краткая характеристика состава команды управления.

Любой инвестор, знакомящийся с бизнес-планом, захочет узнать кто и что будет выполнять. Поэтому в бизнес-плане необходимо привести "скелетную" организационную схему, изображающую структурный состав предприятия.

При описании организационной структуры предприятия необходимо ответить на следующие вопросы:

- основные подразделения предприятия и их функции;
- распределение обязанностей персонала управления;
- методы взаимодействия подразделений между собой;
- заинтересованность предприятия в конечных результатах;
- новые виды работ, вытекающие из целей предприятия;
- необходимая квалификация персонала.

Лекция:

1. Организационная структура.
2. Основные подразделения предприятия и их функции;
3. Распределение обязанностей персонала управления;

Тема 9. «Финансовый план фирмы как результат внутрифирменного планирования»

Общая схема внутрифирменного планирования. Оценка финансовых результатов деятельности фирмы за отчетный период, состав и содержание отчетных документов, их анализ и разработка плана мероприятий по совершенствованию деятельности фирмы в условиях изменяющейся среды и возможности внешнеэкономического взаимодействия.

Методика организации планирования финансовых показателей деятельности фирмы на очередной период: предварительный бюджет по прибыли, финансовый план, ожидаемый баланс, плановый бюджет; их взаимосвязь, оптимизация.

Бюджетные решения фирмы при ее вступлении во внешнеэкономическую деятельность.

Финансовый план Фирмы как раздел бизнес-плана; методика составления, оценочные критерии, оптимизация.

Лекция:

1. Общая схема внутрифирменного планирования в условиях рынка
2. Разработка предварительного бюджета (плана) по прибыли
3. Оптимизация бюджета (плана) по прибыли
4. Содержание и структура финансового плана фирмы. Плановый баланс.
5. Описание финансового плана в бизнес-плане фирмы.

5.3. Содержание тем практических (семинарских) занятий

Модуль 1. «Общие представления об экономике фирмы и эффективности ее деятельности»

Тема 2. Общие методические указания по бизнес-планированию в условиях ВЭД

Понятие бизнес-плана и его роли в развитии хозяйственной деятельности и во ВЭД фирмы. Технология составления бизнес-плана. особенности бизнес-плана при подготовке условий внешнеэкономического сотрудничества. .

Типовые разделы бизнес-плана, их связь с этапами внутрифирменного планирования фирмы и формами взаимодействия с иностранными партнерами. Международный маркетинг и бизнес-планирование фирмы. Финансовый менеджмент фирмы и развитие ее ВЭД.

Вопросы для обсуждения:

1. Место планирования бизнеса и бизнес-планов в управлении фирмой
2. Структура бизнес-плана фирмы и технология его подготовки в рамках внутрифирменного планирования

Тестирование

Модуль 2. Внутрифирменное планирование в условиях рынка и внешнеэкономической деятельности»

Тема 3. Описание отрасли и предприятия в бизнес-плане фирмы

Анализ состояния и перспектив развития отрасли в бизнес-плане фирмы.

Вопросы для обсуждения:

1. Характеристика отрасли
2. Сырьевая база отрасли.
3. Описание предприятия.
4. Конкурентный анализ

Тестирование

Тема 4. Описание продукции или услуг предприятия

Описание изделий (услуг), соответствие требованиям ГОСТов или ТУ. Качество, надежность, конкурентоспособность товаров и услуг.

Вопросы для обсуждения:

1. Наименование изделия и его спецификация;
2. Назначение и области применения;
3. Основные технические, эстетические характеристики
4. Структура выпуска в натуральных и стоимостных показателях
5. Ключевые проблемы, факторы неопределенности и меры по их снижению;
6. Условия поставки.

Тестирование

Тема 5. «Анализ рынка»

Общее представление о товаре и спросе. Сущность анализа рынка. Характеристики видов рынков. Целевой маркетинг. Сегментирование рынка и

выбор целевого (управляемого) сегмента рынка. Роль анализа рынка в развитии ВЭД предприятия. Конкурентный анализ.

Вопросы для обсуждения:

- 1.Общее представление о товаре и спросе
- 2.Жизненный цикл товара и уровень спроса
- 3.Сегментирование рынка. Выбор стратегии маркетинга
- 4.Анализ целевого управляемого сегмента рынка
- 5.Позиционирование товара на рынке. Конкурентный анализ
- 6.Структура бизнес-плана фирмы по разделу "Анализ рынка"

Тестирование

Тема 6. «Стратегия маркетинга и сбыта»

План-маркетинг как, инструмент выбора эффективной коммерческой деятельности фирмы; структура цены фирмы, рыночная цена. цена конкурентов. Цены зарубежных товаров.

Содержание задачи коммерческого ценообразования. Выбор стратегии ценообразования: цели, политики, критерии; фактор ВЭД в ценообразовании.

Методика описания плана маркетинга в бизнес-плане фирмы, ценовой анализ товара конкурентов на отечественном и зарубежном рынке.

Стратегия воздействия фирмы на сбыт своего товара: выбор ценовой политики фирмы; влияние качества и упаковки товара на успех бизнеса; сервисное (послепродажное) обслуживание и его влияние на объем оборота и цену товара фирмы; товарный ассортимент как фактор оптимизации бизнеса; влияние местоположения фирмы и каналов продвижение товаров на уровень сбыта фирмы; реклама как фактор воздействия на оборот и цену фирмы.

Особенности сбытовой стратегии фирмы в условиях ВЭД.

Методика описания раздела бизнес-плана "Стратегия сбыта и продвижения товара на рынок" для условий ВЭД фирмы.

Вопросы для обсуждения:

- 1.Общее представление о плане маркетинга
- 2.Методика коммерческого ценообразования
 - 2.1.Выбор стратегии ценообразования
 - 2.2.Анализ равновесной цены. Цены и товары конкурентов
 - 2.3.Анализ динамики себестоимости. Выбор безубыточного объема продаж.

Учет действий конкурентов

- 2.4.Выбор метода установления цен
- 2.5.Установление окончательной цены товаров фирмы

Тестирование

Тема 7. Производственный план

Основная цель данного раздела - представить информацию по обеспеченности инвестиционного проекта с производственной и технологической стороны.

Работа над производственным планом, как правило, ведется параллельно с работой по анализу рынка, состояния отрасли и должна быть завершена

одновременно с разработкой плана маркетинга, т.к. данные этих двух разделов бизнес-плана являются базой для просчета финансовых характеристик проекта.

В производственном плане необходимо отразить следующее: а) изложить цели долгосрочной стратегии вашего предприятия; б) описать структуру производства, планируемого к созданию в рамках инвестиционного проекта; в) сырьевую базу; г) технологическую схему производственного процесса; д) источники энерго-, тепло-, водоснабжения; е) представить данные о кадровом обеспечении производства, программу подготовки и переподготовки кадров; ж) описать план вывода предприятия на полную проектную мощность; з) представить информацию о состоянии работ по проекту и возможностях производства.

Вопросы для обсуждения:

1. Технология и производственная структура фирмы
2. Калькуляция себестоимости продукции.
3. План по прибыли.

Тестирование

Тема 8. Организационный план

В этой части плана бизнес-плана описывается структура и философия управления, дается краткая характеристика состава команды управления.

Любой инвестор, знакомящийся с бизнес-планом, захочет узнать кто и что будет выполнять. Поэтому в бизнес-плане необходимо привести "скелетную" организационную схему, изображающую структурный состав предприятия.

При описании организационной структуры предприятия необходимо ответить на следующие вопросы:

- основные подразделения предприятия и их функции;
- распределение обязанностей персонала управления;
- методы взаимодействия подразделений между собой;
- заинтересованность
- новые виды работ, вытекающие из целей предприятия;
- необходимая квалификация персонала.

Вопросы для обсуждения:

1. Организационная структура.
2. Основные подразделения предприятия и их функции;
3. Распределение обязанностей персонала управления;

Тестирование

Тема 9. «Финансовый план фирмы как результат внутрифирменного планирования»

Оценка финансовых результатов деятельности фирмы за отчетный период, состав и содержание отчетных документов, их анализ и разработка плана мероприятий по совершенствованию деятельности фирмы в условиях изменяющейся среды и возможности внешнеэкономического взаимодействия.

Методика организации планирования финансовых показателей деятельности фирмы на очередной период. Бюджетные решения фирмы при ее вступлении во внешнеэкономическую деятельность.

Финансовый план Фирмы как раздел бизнес-плана; методика составления, оценочные критерии, оптимизация.

Вопросы для обсуждения:

1. Общая схема внутрифирменного планирования в условиях рынка
2. Разработка предварительного бюджета (плана) по прибыли
3. Оптимизация бюджета (плана) по прибыли
4. Содержание и структура финансового плана фирмы. Плановый баланс
5. Описание финансового плана в бизнес-плане фирмы

Тестирование

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Бизнес планирования в условиях ВЭД» подразумевает применение следующих форм:

- самостоятельная работа во время основных аудиторных занятий;
- самостоятельная работа во внеаудиторное время.

1. Самостоятельная работа во время основных аудиторных занятий:

- во время лекций предполагается предоставление студентам возможности формулировать и излагать вопросы преподавателю, а также комментировать и дополнять предлагаемый преподавателем материал;

- во время семинара студент может задавать направление обсуждаемым проблемам, предложить собственный вариант проведения семинара, активно участвовать в дискуссии, выступить с самостоятельно подготовленным материалом, подготовить реферат;

- на практическом занятии самостоятельная работа заключается в решении задач, предложенных в качестве дополнительного задания, выполнении тестовых заданий, упражнений, контрольных работ.

2. Самостоятельная работа во внеаудиторное время:

- написание рефератов, представляющих собой самостоятельное изучение и краткое изложение содержания учебной и дополнительной литературы по определенной преподавателем или выбранной студентом теме;

- подготовка дополнительных вопросов к семинару, не вошедших в лекционный материал;

- выполнение домашних контрольных работ, включающих тестовые задания, упражнения, задачи и пр.;

- выполнение заданий творческого характера (например, написание эссе по какой-либо проблеме, анализ практической ситуации, и пр.).

Самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины

Темы и вопросы для самостоятельного изучения	Виды и содержание самостоятельной работы
1.Связь Бизнес планирования в условиях ВЭД с	1.Проработка учебного

<p>другими научными дисциплинами.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности управления фирмой при переходе к рыночным отношениям и либерализации ВЭД. 2. Системный подход к выделению управляемых параметров бизнеса в условиях изменяющегося состояния среды. 3. Роль бизнес-планов в оптимизации деятельности фирмы и выборе условий ее ВЭД. 4. Особенности внутрифирменного планирования внешнеэкономической и предпринимательской деятельности. 5. Прибыль предприятия: структура расчета и отчетность по прибыли. 6. Структура финансовых ресурсов предприятия: источники и направления финансирования. 7. Роль отчетности Фирмы в планировании бизнеса и развития ее ВЭД. 8. Характеристики затрат, входящих в себестоимость производства, по экономическому содержанию. 	<p>материала по рекомендуемой литературе и подготовка докладов к семинарскому занятию.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Написание рефератов по предложенным темам.
--	--

Примерная тематика рефератов по дисциплине «Бизнес планирование в условиях ВЭД»

1. Особенности управления фирмой при переходе к рыночным отношениям и либерализации ВЭД.
2. Системный подход к выделению управляемых параметров бизнеса в условиях изменяющегося состояния среды.
3. Роль бизнес-планов в оптимизации деятельности фирмы и выборе условий ее ВЭД.
4. Особенности внутрифирменного планирования внешнеэкономической и предпринимательской деятельности.
5. Прибыль предприятия: структура расчета и отчетность по прибыли.
6. Структура финансовых ресурсов предприятия: источники и направления финансирования.
7. Роль отчетности Фирмы в планировании бизнеса и развития ее ВЭД.
8. Характеристики затрат, входящих в себестоимость производства, по экономическому содержанию.
9. Калькуляция себестоимости единицы продукции Фирмы с учетом условий ВЭД.
10. Оптимизация коммерческой стратегии фирмы по критерию минимизации затрат.
11. Оборотные средства предприятия: экономическая сущность, организация, оценка потребности.
12. Оценка эффективности использования оборотных средств.
13. Анализ ликвидности и платежеспособности фирмы.
14. Анализ жизненного цикла товара и выбор коммерческой стратегии фирмы.

15. Методика сегментирования рынка сбыта и выбор целевого управляемого сегмента рынка.
16. Конкурентный анализ и позиционирование товара на рынке.
17. Ценовая конкуренция при выборе коммерческой стратегии фирмы.
18. Стратегия воздействия на сбыт товаров.
19. Ассортиментная политика фирмы при оптимизации бизнеса.
20. Обоснование безубыточного объема продаж фирмы в условиях рынка.
21. Коммерческое ценообразование на товары фирмы.
22. Задача оптимизации структуры финансирования фирмы в условиях рынка.
23. Источники и способы покрытия потребности фирмы в оборотном капитале.
24. Источники и способы покрытия потребности фирмы в основном капитале.
25. Современные формы долгового кредитования.
26. Методика внутрифирменного планирования.
27. Особенности составления финансового плана в бизнес-плане фирмы.
28. Бизнес-план как инструмент рыночного управления.
29. Маркетинг-план как, составная часть бизнес-плана фирмы.
30. Факторный анализ параметров финансового плана фирмы.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Разделы и/или темы дисциплины	Компетенции (код)	Оценочные средства
1	Общие представления о планировании и управлении бизнесом	ОК-5.ПК-1. ПК-2.ПК-3. ПК-5.ПК-6 ПК-7	Собеседование, Доклад, Тестирование
2	Общие методические указания по бизнес-планированию в условиях ВЭД	ОК-5.ПК-1. ПК-2.ПК-3. ПК-5.ПК-6 ПК-7	Ситуационные задачи, Сообщение, Тестирование
3	Описание отрасли и предприятия в бизнес-плане фирмы	ОК-5.ПК-1. ПК-2.ПК-3. ПК-5.ПК-6 ПК-7	Ситуационные задачи, Собеседование Сообщение, Тестирование
4	Описание продукции или услуг предприятия	ОК-5.ПК-1. ПК-2.ПК-3. ПК-5.ПК-6 ПК-7	Ситуационные задачи, Собеседование, Сообщение, Тестирование
5	Анализ рынка	ОК-5.ПК-1.	Доклад,

		ПК-2.ПК-3. ПК-5.ПК-6 ПК-7	Собеседование, Тестирование
6	Стратегия маркетинга и сбыта	ОК-5.ПК-1. ПК-2.ПК-3. ПК-5.ПК-6 ПК-7	Доклад, Собеседование, Тестирование
7	Производственный план	ОК-5.ПК-1. ПК-2.ПК-3. ПК-5.ПК-6 ПК-7	
8	Организационный план	ОК-5.ПК-1. ПК-2.ПК-3. ПК-5.ПК-6 ПК-7	Доклад, Собеседование, Тестирование
9	Финансовый план фирмы как результат внутрифирменного планирования»	ОК-5.ПК-1. ПК-2.ПК-3. ПК-5.ПК-6 ПК-7	
Промежуточный контроль			зачет

7.2. Показатели и критерии оценивания компетенций (знает, умеет, владеет; освоена, частично освоена, не освоена)

7.3. Примерные (типовые) контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации

Тесты

Тесты по темам модуля 1. «Общие представления об экономике фирмы и эффективности ее деятельности»

1.В чем отличие рыночного планирования экономики фирмы от планирования в условиях плановой экономики (укажите правильный ответ)?

1.1. Плановые задания предприятию в условиях рыночных отношений формирует отраслевое министерство, а руководство предприятия самостоятельно определяет производственную программу.

1.2.Планирование деятельности предприятия осуществляется полностью под воздействием условий рынка.

1.3.Менеджеры фирмы самостоятельно изучают состояние рынка и с учетом деловых возможностей фирмы определяют что производить, кому, где и по какой цене продавать.

2.Что является функцией цели в деятельности фирмы в условиях рынка (укажите правильный ответ)?

2.1.Максимум прибыли предприятия.

2.2. Максимум доли рынка товаров фирмы.

2.3. Минимум издержек производства и реализации товаров фирмы.

2.4. Соответствие функции цели фирмы конъюнктуре рынка и принятой стратегии развития предприятия.

3. Что является предметом анализа менеджеров фирмы при планировании деятельности предприятия на очередной плановый период (укажите правильный ответ)?

3.1. Параметры состояния рынка сбыта товаров предприятия.

3.2. Параметры состояния выхода предприятия (ассортимент продукции, объем продаж, рыночная цена товаров).

3.3. Показатели конъюнктуры рынка ресурсов, рынка сбыта, показатели состояния входа, процесса и выхода предприятия как объекта управления.

4. К управляемым параметрам рынка ресурсов относят (зачеркните ненужное):

1. цена;

2. условия поставок;

3. издержки фирмы;

4. скидки с цен;

5. транспортные затраты;

6. фондоемкость.

5. К управляемым параметрам «входа» предприятия относят (зачеркните ненужное):

1. номенклатура входных ресурсов;

2. их количество;

3. качество;

4. месторасположение предприятия;

5. резервы.

6. К управляемым параметрам технологии производства относят (зачеркните ненужное):

1. инновации;

2. инвестиции;

3. производительность;

4. фондоемкость;

5. стоимость сырья;

6. конкуренция.

7. Среди перечисленных ниже вариантов целей бизнес-плана определите внешние и внутренние цели, номера которых поставьте в соответствующие поля диаграммы:

Цели:

Внешние

Внутренние

1. продемонстрировать дееспособность концепции бизнеса фирмы на рынке и доходность бизнеса;

2. привлечь внимание потенциальных инвесторов и партнеров по бизнесу;
3. использовать бизнес-план как инструмент управления каким-либо видом деятельности фирмы;
4. определить размеры инвестиций, необходимых для начала бизнеса и в период первоначального роста;
5. определить личные цели предпринимателя;
6. представить основные положения бизнеса в виде рабочего инструмента – диаграмм, сетевых графиков, блок-схем и т.п., обеспечивающих наглядность делового замысла и удобство для корректировок плановых решений;
7. обосновать вероятность возврата кредитных средств.
8. Постановка эффективной цели бизнеса предполагает следующие этапы (выберите правильный ответ, принимая во внимание необходимую последовательность действий).
 - 8.1. Установление приоритетов от важнейших целей к наименее важным- формулировка главной цели бизнеса- определение потенциальных препятствий- разработка мер по преодолению препятствий - определение контрольных дат и критериев достижения цели;
 - 8.2. Формулировка главной цели бизнеса- установление приоритетов среди целей- определение потенциальных препятствий- разработка мер по преодолению препятствий- определение контрольных дат и критериев достижения цели- периодическая переоценка поставленной цели и критериев;
 - 8.3. Формулировка главной цели бизнеса- периодическая переоценка поставленной цели- определение потенциальных препятствий- разработка мер по преодолению препятствий- выявление потенциальных инвесторов и партнеров.
9. К управляемым параметрам «выхода» предприятия (готового продукта) относят (зачеркните ненужное):
 1. ассортимент;
 2. объем;
 3. качество;
 4. цена;
 5. условия поставок;
 6. себестоимость.
10. К управляемым параметрам рынка сбыта относят (зачеркните ненужное):
 1. сегменты рынка;
 2. производственная структура предприятия;
 3. доля рынка;
 4. рыночная цена;
 5. конкуренция.
11. Завершите предложения, подобрав недостающие слова из списка ключевых слов:

.....бизнеса - это нахождение способа получения максимальной прибыли при заданных или прогнозируемых условиях деятельности предприятия и его рыночной среды.

..... - это нахождение таких параметров производственного плана и плана реализации продукции, при которых предприятие может получить прогнозируемую сумму прибыли на конец планового периода.

..... фирмы - документ, содержащий стратегические решения фирмы в следующих областях: формирование ассортиментного портфеля фирмы, ценообразование, способы выхода на рынок и конкурентной борьбы, оптимизация производственной и управленческой деятельности, выбор оптимальных финансово-кредитных стратегий.

Результатом оптимизации бизнес-плана является такой состав производства, определяющих получение максимума прибыли при известных (или прогнозируемых) условиях рынка ресурсов и рынка сбыта, а также деловых возможностях фирмы.

Технология разработки бизнес-плана включает в себя: постановку; описание , препятствующих достижению целей;пilotного бизнес-плана; написание бизнес-плана; бизнес-плана.

Ключевые слова:

1. потенциальные проблемы
2. управляемые параметры,
3. оптимизация,
4. корректировка,
5. цель,
6. бизнес-план,
7. планирование,
8. ревизия.

12. Как представляется типовая структуры бизнес-плана фирмы (выбрать вариант ответа)?

Вариант 1:

1. Характеристика фирмы.
2. Конкурентоспособность бизнеса фирмы.
3. Общая стратегия маркетинга.
4. Собственность фирмы и ее соучредители.
5. Прогнозируемые финансовые потребности фирмы.

Вариант 2:

1. Характеристика бизнеса фирмы.
2. Преимущества продукции/услуг.
3. Описание и обзор отрасли (по виду бизнеса).
4. Описание рынков ресурсов (основных фондов, капитала, материальных и сырьевых, рабочей силы и т.п.).
5. Описание рынков сбыта (сегментация рынка, выбор целевых рынков фирмы, позиционирование фирмы на целевых рынках).
6. Маркетинг-план.
7. Производственный план.
8. Организационный план.

9. Финансовый план.

ПРИЛОЖЕНИЯ к бизнес-плану (состав важнейших контрактов): Аренда; Товарные сделки; Сырьевые контракты; Соглашения о партнерстве (договоры о намерении); Контракты с персоналом; Страхование; Кредитные договоры; Соглашения о нераспространении коммерческой тайны.

Вариант 3:

1. АНАЛИЗ РЫНКА:

1.1. Описание и обзор отрасли (по виду бизнеса);

1.2. Описание рынков ресурсов (основных фондов, капитала, материальных и сырьевых, рабочей силы и т.п.);

1.3. Описание рынков сбыта (сегментация рынка, выбор целевых рынков фирмы, позиционирование фирмы на целевых рынках);

1.4. Результаты тестирования рынка;

1.5. Конкурентоспособность бизнеса фирмы;

1.6. Юридические ограничения бизнеса;

2. ИСТОЧНИКИ И НАПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ:

2.1. Текущие финансовые потребности фирмы;

2.2. Прогнозируемые финансовые потребности фирмы;

2.3. Направления использования финансовых средств (объекты инвестирования);

2.4. Финансовая стратегия фирмы (кредитно-денежная, дивидендная и т.д.);

3. ОПИСАНИЕ ФИРМЫ:

3.1. Характеристика бизнеса фирмы:

- месторасположение, история развития, потребители;

- анализ отчетов фирмы по финансовым параметрам;

3.2. Отличительные преимущества фирмы;

4. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ/УСЛУГ фирмы:

4.1. Преимущества продукции/услуг;

4.2. Конкурентоспособность и фирменные секреты;

4.3. Научеваемость, инновационность продукции/услуг;

5. ОПЕРАЦИИ (подготовка производства и его организация):

5.1. Преимущества производственно-экономической системы фирмы;

5.2. Система поставок продукции (предоставления услуг) фирмы;

5.3. Описание поставщиков и системы поставок ресурсов;

6. ОПИСАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ПЕРСОНАЛ ФИРМЫ:

6.1. Организационно-правовая форма предприятия и его структура (организационная, производственная);

6.2. Собственность фирмы и ее соучредители;

6.3. Менеджмент фирмы (преимущества персонала управления);

7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН:

7.1. Отчетность фирмы за предыдущие годы;

7.2. Финансовые расчеты на вид деятельности (расчет затрат, ожидаемой прибыли, возвратности кредитов, дивидендов соучредителей-партнеров);

7.3. Финансовая отчетность и формы отчетности фирмы.

8. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА И СБЫТА (МАРКЕТИНГ-ПЛАН):

8.1. Общая стратегия маркетинга (проникновение на рынок);

8.2. Стратегии и тактика сбыта продукции/услуг фирмы;

ПРИЛОЖЕНИЯ к бизнес-плану (состав важнейших контрактов): Аренда; Товарные сделки; Сырьевые контракты; Соглашения о партнерстве (договоры о намерении); Контракты с персоналом; Страхование; Кредитные договоры; Соглашения о нераспространении коммерческой тайны.

Тесты по модулю 2 «Внутрифирменное планирование в условиях рынка и внешнеэкономической деятельности»

«Общие методические указания по бизнес-планированию. Отчеты фирмы как основа планирования ее бизнеса»

1. Под отчетами фирмы понимают (выберите правильный ответ):

1.1. Описание прогнозируемых экономических и финансовых показателей на конкретный временной промежуток;

1.2. Анализ внешних и внутренних факторов окружающей среды предприятия за определенный период времени;

1.3. Описание фактических экономических и финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия за определенный период.

2. В балансе предприятия отражаются следующие результаты его деятельности (зачеркните ненужное):

1. Административно-управленческие издержки;

2. Основной капитал;

3. Валовой доход от реализации;

4. Кредиторская задолженность;

5. Товарные запасы;

6. Амортизация основного капитала;

7. Денежные средства.

3. Под отчетом по прибыли понимают (выберите правильный ответ):

3.1. Отчет о доходах и источниках формирования этих доходов;

3.2. Отчет о хозяйственных средствах и прибыли, образовавшейся за счет их использования за определенный период времени;

3.3. Расчет доходов и издержек предприятия за отчетный период времени.

4. Отчет по прибыли содержит следующие результаты деятельности фирмы (зачеркните ненужное):

1. денежные средства;

2. собственный капитал;

3. выручка от реализации;
 4. доходы (убытки) от экстраординарных операций;
 5. краткосрочные обязательства;
 6. чистая прибыль.
5. Отчет по прибыли с группировкой издержек
По экономическим элементам
По статьям калькуляции

Для составления отчета по прибыли с группировок издержек по экономическим элементам или статьям калькуляции выберите соответствующие номера и поставьте их в диаграмму в необходимом для составления отчетов порядке:

1. реализационные издержки;
2. выручка от реализации;
3. прочие внешние издержки (транспортные расходы, реклама, аренда, страховые взносы и т.д.);
4. прибыль до начисления процентов и пр.;
5. издержки на приобретение товаров;
6. производственные издержки;
7. чистый доход от реализации;
8. неочищенная прибыль;
9. чистая прибыль;
10. амортизация основного капитала;
11. прибыль без внереализационных операций;
12. издержки на содержание персонала;
13. валовый доход от реализации;
14. административно-управленческие издержки;
15. доходы (убытки) от выплат по процентам и пр.
16. экстраординарные доходы (убытки).

6. Основной капитал включает в себя (зачеркните ненужное):

1. машины и оборудование;
2. сырье и материалы;
3. готовая продукция;
4. инвентарь;
5. лицензии;
6. программное обеспечение;
7. акции других предприятий;
8. дебиторская задолженность.

7.оборотный капитал включает в себя (зачеркните ненужное):

1. инвентарь

2. незавершенное производство;
3. денежные средства;
4. авторские права;
5. здания;

8. Собственный капитал подразделяется на (зачеркните ненужное):

1. Акционерный капитал;
2. Нераспределенная прибыль;
3. Долгосрочные обязательства;
4. Резервный капитал.

9. Для ниже перечисленных видов инвестиций (1) найдите их соответствующие правильные определения (2):

(1)

1. прямые инвестиции
2. венчурный капитал
3. аннуитет
4. портфельные инвестиции

(2)

1. вложения в страховые и пенсионные фонды
2. приобретение ценных бумаг
3. рискованные инвестиции
4. вложения в уставной капитал

10. Завершите предложения, подобрав недостающие слова из списка ключевых слов:

10.1 капитал - это финансовые ресурсы предприятия, направляемые в основном на покупку средств труда, которые многократно используются в хозяйственном процессе, не изменяя своей материально-вещественной формы.

10.2 капитал представляет собой финансовые ресурсы предприятия, направляемые на создание товарных запасов; задолженность, средства на депозитах; денежные средства на счетах и краткосрочные рыночные бумаги.

10.3. Финансирование предприятия – это процесс денежного покрытия в основных и оборотных активах на определенный период времени за счет капитала и (или) средств.

10.4. Основные активы включают в себя, кроме основных фондов, также активы и активы.

Ключевые слова:

1. основной,
2. потребность,
3. нематериальный,
4. дебиторский,
5. финансовый,
6. оборотный,
7. заемный,
8. собственный.

1. Дифференцированный товар-это (выбрать правильный ответ):

1.1. Товар, предлагаемый различными потребителями, но воспринимаемый как однородный во всех случаях;

1.2. Товар, предлагаемый отдельным предприятием, специально приспособленный к специфике целевого рынка предприятия и воспринимаемый как фирменный;

1.3. Товар, предлагаемый различными предприятиями и воспринимаемый покупателями как различный у каждого продавца.

2. В результате моделирования состояния рынка (прогнозирование спроса на товар фирмы при известных сегментах рынка) получают количественные значения следующих параметров производства и реализации (выбрать правильный ответ):

2.1. Объем продаж, коэффициент ликвидности, ассортиментный портфель фирмы, издержки производства;

2.2. Ассортиментный портфель фирмы, объем продаж, коэффициент платежеспособности, цена реализации продукции;

2.3. Объем продаж, цена реализации продукции, ассортиментный портфель фирмы, издержки производства;

2.4. Объем продаж, коэффициент ликвидности, ассортиментный портфель фирмы, издержки производства.

3. Подберите среди нижеследующих выражений наиболее подходящие для характеристики различных стадий жизненного цикла товара и поставьте их номера в диаграмму:

«вопросительные знаки» - «выведение» «звезды» - «рост»

«дойные коровы» - «зрелость» «старые собаки» - «упадок»

1. Большая и устойчивая доля предприятия на рынке, наибольшая масса прибыли, высокая рентабельность продаж, низкая потребность в финансировании, но темпы роста рынка снижаются;

2. Значительное снижение массы прибыли, падение рентабельности производства, темпы роста рынка и доля предприятия на нем снижаются;

3. Повышенные издержки при незначительных объемах продаж, низкая рентабельность, высокая потребность в финансировании, низкая доля предприятия на рынке, значительные темпы роста рынка;

4. Низкая доля предприятия на рынке, низкие темпы роста рынка, высокая рентабельность продаж, низкая потребность в финансировании, большие издержки на производства и реализацию, большая масса прибыли;

5. Возрастание доли предприятия на рынке, большие маркетинговые издержки, незначительные запас надежности, издержки производства продолжают возрастать, но темпы роста издержек замедляются в силу эффекта массовости выпуска, сокращения брака в производстве.

4. Определите основные мероприятия в рамках целевого маркетинга и их последовательность (выбрать правильный ответ):

4.1.Производство товара, определение цены товара, позиционирование товара на рынке;

4.2.Позиционирование товара на рынке, сегментирование рынка, ранжирование сегментов рынка;

4.3.Сегментирование рынка, выбор целевого сегмента, позиционирование товара на рынке;

4.4.Сегментирование рынка, выбор целевого сегмента, позиционирование одного вида товара для всех потребителей на рынке.

5.При ранжировании сегментов рынка принимаются во внимание следующие критерии охвата рынка (выбрать правильный ответ):

5.1.Степень однородности продукции, степень однородности рынка, этап жизненного цикла товара, маркетинговая стратегия конкурентов, ресурсы фирмы;

5.2.Ресурсы продукции, степень однородности продукции, степень однородности рынка, этап жизненного цикла товара, маркетинговая стратегия поставщиков;

5.3.Ресурсы фирмы, степень однородности конкурентов, степень однородности рынка, этап жизненного цикла товара, маркетинговая стратегия предприятия.

6.Завершите предложения, подобрав недостающие слова из списка ключевых слов:

6.1.В работе по товара на рынке прежде всего определяются с позициями конкурентов на данном сегменте. Для этого выделяются 2-3 наиболее существенных факторов и относительно них оценивают долю конкурентов в соответствующих сегментах рынка.

6.2.Стратегия недифференцированного маркетинга подходит для единообразных товаров. Для разнородной продукции целесообразно применение стратегииили..... маркетинга.

6.3.Основная задача коммерческой стратегии фирмы – поддержать такой уровень своих товаров (услуг), который обеспечил бы ей целевую массу прибыли при среднеотраслевом (рыночном) уровне цен реализации и известном уровне в своих сегментах рынка.

6.4.Если конкуренты занимаются сегментированием рынка, то применение маркетинга может оказаться губительным для фирмы.

Ключевые слова:

1. концентрированный,
2. позиционирование,
3. конкуренция,
4. дифференцированный,
5. спрос,
6. недифференцированный,
7. сбыт.

1. Определите этапы ценообразования, принимая во внимание необходимую последовательность их осуществления (выбрать правильный вариант):

1.1. Выбор метода установления цены, оценка издержек, постановка задачи ценообразования, определение спроса на товар фирмы, анализ цен и товаров конкурентов, определение окончательной цены, учет мер государственного регулирования;

1.2. Постановка задачи ценообразования, выбор метода установления издержек, оценка издержек, определение предложения товара фирмы, анализ цен и товаров конкурентов, определение окончательной цены, учет мер государственного регулирования;

1.3. Постановка задачи ценообразования, определение спроса на товар фирмы, анализ цен и товаров конкурентов, оценка издержек, выбор метода установления цены, определение окончательной цены, учет мер государственного регулирования.

2. Подберите среди нижеследующих выражений наиболее подходящие различным целям ценообразования и поставьте их номера в диаграмму:

Цели:

увеличение объемов продаж, захват большей доли рынка
 получение максимума прибыли в кратчайшие сроки
 обеспечение стабильности ассортимента и объемов выпуска

Логика:

Цена предельно низкая, предложение нового товара, вызов большого потребительского спроса, рост объемов продаж, компенсация потерь фирмы на предыдущем этапе (потерь фирмы из-за специально заниженной цены при выходе на рынок), политика приемлема для условий эластичности спроса от цены;

Выявление узко-целевого сегмента рынка (престижные товары для обеспеченных покупателей), производство и реализация в кратчайшие сроки незначительного количества дорогостоящих товаров, получение массы прибыли, достаточной для расчетов с кредиторами и обеспечения необходимого уровня рентабельности бизнеса;

Модернизация товара, снижение цены до уровня нижней границы рентабельности, сохранение своей доли на рынке, постепенное выравнивание уровня рентабельности до среднеотраслевого уровня.

3. При затратном методе ценообразования цена определяется (выбрать правильный вариант):

3.1. Уровнем спроса на товар и желаемой долей прибыли в цене товара;

3.2. Уровнем цен конкурента-лидера на рынке;

3.3. Уровнем себестоимости и желаемой долей прибыли в цене товара;

3.4. Среднеотраслевым уровнем цен и желаемой долей прибыли в цене товара.

4. Корректировка цен на различных стадиях жизненного цикла продукции предполагает (выбрать правильный вариант):

4.1.Пониженную цену на этапе «выведения», высокую цену на этапе «насыщения», пониженную цену на этапе «упадка»;

4.2.Пониженную цену на этапе «выведения», пониженную цену на этапе «насыщения», высокую цену на этапе «упадка»;

4.3.Высокую цену на этапе «выведения», высокую цену этапе «насыщения», пониженную цену на этапе «упадка».

5. К параметрам воздействия на сбыт товаров относят (выбрать правильный вариант):

5.1.Цену товара, качество товара и упаковки, сервисное обслуживание, каналы распространения товара, месторасположение предприятия, товарный ассортимент, рекламу конкурентов.

5.2.Цену товара, сервисное обслуживание, каналы распространения товара, месторасположение покупателей и поставщиков сырья, товарный ассортимент, рекламу, качество товара и упаковки.

5.3.Цену товара, сервисное обслуживание, каналы распространения товара, месторасположение предприятия, себестоимость продукции, рекламу, количество товара и упаковки.

5.4.Цену товара, сервисное обслуживание, каналы распространения товара, месторасположение предприятия, товарный ассортимент, рекламу, качество товара и упаковки.

6.Резоны использования посредников для производителей (выбрать правильный вариант):

6.1.Сокращение числа каналов, принятие рисков сбыта товаров посредниками, изучение рынков сбыта возлагается на посредников;

6.2.Сокращение числа каналов, принятие рисков сбыта товаров посредниками, выбор ассортиментного портфеля возлагается на посредников;

6.3.Сокращение числа контактов производителя с конкурентами, принятие рисков сбыта товаров посредниками, изучение рынков сбыта возлагается на посредников.

7.Завершите предложения, подобрав недостающие слова из списка ключевых слов:

Нижняя граница цены соответствует минимальной производства и реализации фирмы, а верхняя устанавливается на грани угрозы затоваривания фирмы.

Введение системы позволяет уменьшить срок погашения выплат банку, сокращения складских расходов, увеличить массовость производства.

Схема распространения товара зависит от вида продукции фирмы, от ее возможностей и коммерческой стратегии: продавать самостоятельно (.....-потребитель), использовать оптовое звено (.....-потребитель), реализовывать товар через розничную сеть (.....-потребитель).

.....совокупность отдельных лиц или фирм, которые принимают на себя или помогают реализовать функции передачи кому-то другому право собственности

на конкретный товар или услугу на пути их следования от производителя к потребителю.

Ключевые слова:

1. оптовик,
2. рентабельность,
3. производитель,
4. розничный торговец,
5. каналы распределения,
6. скидки,
7. себестоимость.

1. Определите этапы внутрифирменного планирования, принимая во внимание необходимую последовательность его осуществления (выбрать правильный ответ):

1.1. Анализ отчетов фирмы, скорректированный расчет по прибыли, бюджет (план) по прибыли, финансовый план (бюджет) фирмы, выбор метода установления цены;

1.2. Анализ отчетов фирмы, скорректированный расчет по прибыли, бюджет (план) по прибыли, финансовый план (бюджет) фирмы, плановый баланс;

1.3. Постановка задачи ценообразования, анализ отчетов фирмы, скорректированный расчет по прибыли, бюджет (план) по прибыли, финансовый план (бюджет) фирмы, плановый баланс.

Вариант задания 1. Среди нижеперечисленных шагов отберите необходимые для осуществления внутрифирменного планирования и присвойте им номера в зависимости от последовательности действий:

- ... Плановый баланс фирмы,
- ... Анализ отчетов фирмы,
- ... Финансовый план (бюджет) фирмы,
- ... Скорректированный расчет по прибыли,
- ... Ревизия пилотного бизнес-плана,
- ... Бюджет (план) по прибыли.

2. Подберите среди нижеследующих выражений наиболее подходящие финансовые характеристики различных стадий жизненного цикла товара и поставьте их номера в диаграмму:

«вопросительные знаки» - «выведение»

«звезды» - «рост»

«дойные коровы» - «зрелость»

«старые собаки» - «упадок»

1. Расходы фирмы на закупку товарного (материального) запаса, авансовые платежи, поступления от реализации продукции либо отсутствуют, либо незначительны, сумма платежей обычно превышает сумму поступлений (сальдо отрицательное);

2. Поступления (в форме выручки то реализации) увеличиваются, а расходы сокращаются, отрицательное сальдо сокращается по абсолютной величине, а затем становится положительным;

3. Величина положительного сальдо увеличивается, наибольшая масса прибыли, низкая потребность в финансировании;

4. Значительное снижение массы прибыли, падение рентабельности производства, возрастает потребность в финансировании, сумма платежей начинает превышать сумму поступлений (сальдо становится отрицательным).

3. Определите макроэкономические факторы, изменение которых необходимо принимать во внимание при разработке предварительного бюджета по прибыли (выбрать правильный ответ):

3.1. Уровень инфляции, изменения в области валютных отношений, изменения в области законодательства, уровень конкуренции, структура спроса в отдельных сегментах рынка

3.2. Уровень инфляции, увеличение численности и структуры персонала фирмы, изменения в области валютных отношений, изменения в области законодательства, уровень конкуренции, структура спроса в отдельных сегментах рынка;

3.3. Изменения в области валютных отношений, внедрение новых моделей продукции фирмы, изменения в области законодательства, уровень конкуренции, структура спроса в отдельных сегментах рынка;

3.4. Уровень инфляции, изменения в области валютных отношений, изменения в области законодательства, диверсификация деятельности фирмы, структура спроса в отдельных сегментах рынка.

4. Финансовый план предприятия в бизнес-плане фирмы составляется в несколько этапов (зачеркните лишнее и определите последовательность этапов, расставив соответствующие номера):

описание субподрядчиков,
анализ точки критического объема продаж,
прогноз издержек по годам,
расчет планируемой прибыли,
описание источников финансирования,
расчет материальных затрат и затрат на трудовые ресурсы,
расчет затрат на реализацию товаров и услуг,
определение величины отчислений в резервный капитал,
прогноз объемов реализации.

5. Завершите предложения, подобрав недостающие слова из списка ключевых слов:

1. представляет выраженную в стоимостных показателях программу действий (план) в области производства, закупок сырья, материалов или товаров, реализации продукции и т.д.

2. Финансовый план представляет собой документ, отражающий движение на предприятии во времени по статьям поступлений и платежей.

3. Для каждого временного периода в финансовом плане рассчитывается разность между суммой поступлений и платежей, которая называется..... и отражает баланс денежных потоков, входящих на фирму и исходящих из нее, по которому можно судить о предприятия в конкретный период времени.

Ключевые слова:

- бюджет,
- денежные потоки,
- сальдо,
- финансовое состояние.

7.4. Перечень вопросов к зачету по дисциплине «Бизнес планирование в условиях ВЭД»

1. Определите особенности управления фирмой при переходе к рыночным отношениям и либерализации ВЭД.

2. Опишите системный подход к выделению управляемых параметров бизнеса в условиях изменяющегося состояния среды.

3.. Определите роль бизнес-планов в оптимизации деятельности фирмы и выборе условий ее ВЭД.

4. Раскройте особенности внутрифирменного планирования внешнеэкономической и предпринимательской деятельности.

5. Определите прибыль предприятия: структура расчета и отчетность по прибыли.

6. Определите структуру финансовых ресурсов предприятия: источники и направления финансирования.

7. Определите роль отчетности Фирмы в планировании бизнеса и развития ее ВЭД.

8. Охарактеризуйте затраты, входящие в себестоимость производства, по экономическому содержанию.

9. Проведите калькуляцию себестоимости единицы продукции Фирмы с учетом условий ВЭД.

10. Опишите оптимизацию коммерческой стратегии фирмы по критерию минимизации затрат.

11. Определите оборотные средства предприятия: экономическая сущность, организация, оценка потребности.

12. Оцените эффективности использования оборотных средств.

13. Проведите анализ ликвидности и платежеспособности фирмы.

14. Раскройте анализ жизненного цикла товара и выбор коммерческой стратегии фирмы.

15. Опишите мелодику сегментирования рынка сбыта и выбор целевого управляемого сегмента рынка.

16. Раскройте конкурентный анализ и позиционирование товара на рынке.

17. Раскройте ценовую конкуренцию при выборе коммерческой стратегии фирмы.

18. Опишите стратегию воздействия на сбыт товаров.

19. Раскройте сущность ассортиментной политики фирмы при оптимизации бизнеса.

20. Обоснуйте безубыточный объем продаж фирмы в условиях рынка.

21. Раскройте коммерческое ценообразование на товары фирмы.

22. Опишите задачу оптимизации структуры финансирования фирмы в условиях рынка.

23. Определите источники и способы покрытия потребности фирмы в оборотном капитале.

24.. Определите источники и способу покрытия потребности фирмы в основном капитале.

25.. Определите современные формы долгового кредитования.

26. Раскройте методику внутрифирменного планирования.

27. Раскройте особенности составления финансового плана в бизнес-плане фирмы.

28. Опишите Бизнес-план как инструмент рыночного управления.

29. Обоснуйте Маркетинг-план как, составную часть бизнес-плана фирмы.

30. Раскройте факторный анализ параметров финансового плана фирмы

7.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются: «зачтено», «не зачтено».

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой

Оценивание студента на зачете по дисциплине (модулю)

Оценка зачета (стандартная)	Требования к знаниям
«зачтено» («компетенции освоены»)	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
«не зачтено» («компетенции не освоены»)	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «не зачтено» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

8. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основная литература

1. Бизнес-план: Помагоровое руководство / Паши Берд. - Пер. с англ. Ю.Бушуевой. - М.: «Издательство ФАИР»; 2008. – 304 с.
2. Основы бизнеса: Учебник. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. - 320 с. - (Университетская серия).
3. Бизнес-план на практике. Опыт успеха в России. 28 реализованных бизнес планов (+CD). - СПб.: Питер, 2008. - 208 с.: ил.
4. Малый бизнес: учебное / коллектив авторов; под ред. В.Я.Горфинкеля.- 2-е изд., стер. -М.: КНОРУС, 2011. – 336 с.
5. Сборник бизнес планов. С рекомендациями и комментариями, учебно-методическое пособие / В.М.Попов, С.И.Ляпунов, С.Г.Миодик, А.А.Зверев; под ред. д-ра экон. наук. проф. В.М.Попова и д-ра экон. Науке. И.Ляпунова. - 7-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2007. -336 с.
6. Сборник бизнес планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В.М.Попова. Издание- третье, перераб. и доп.- м.: КНОРУС, Издательство ГНОМ и Д, 2001. – 360 с. ил.
7. Бизнес-план. - СПб: Питер, 2007. – 224 с.: ил. - (Серия «Практика менеджмента»).
8. Международный бизнес. Учебно-методический комплекс: учебное пособие / В.И.Черенков [и др]; под общ. Ред. В.И.Черенкова. - Изд. 3–е, перераб. и доп. - Ростов н/Д.: Феникс, 2006. - 571, [1] с. - (Высшее образование).

Дополнительная

9. Маркетинг в оптовой и розничной торговле: учебное пособие / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова, Е.В. Романеева. – М.: - КНОРУС, 2007. – 248С.
- 10.Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение / И.С. Березин. -3 изд., перераб. и доп. – Москва: Вершина, 2007. – 480с.
- 11.Мерчандайзинг: учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов. – 4-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2008. – 144с.
- 12.Основы организации бизнеса: учебник / К.М.Пирогов, Н.К.Темнова, И.В.Гуськова.- М.:КНОРУС,2007.
- 13.Предпринимательство: учебник / под ред. М.Г.Лапусты.- М.:ИНФРА-М., 2007.
- 14.Предпринимательство: учебник для вузов / под ред. проф. В.Я.Горфинкеля и др.- М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2008

9. РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

При изучении дисциплины «Бизнес планирование в условиях ВЭД» студентам полезно пользоваться следующими Интернет – ресурсами:

- общие информационные, справочные и поисков «Консультант Плюс», «Гарант»;

- профессиональные поисковые системы «ScienceDirect», «EconLit».

Для эффективного усвоения дисциплины, помимо учебного материала, студентам необходимо пользоваться данными всемирной сети Интернет, такими сайтами, как:

- www.minfin.ru Официальный сайт Министерства финансов РФ
- www.roskazna.ru Официальный сайт Казначейства
- www.eks.ru Госкомстат РФ - официальный сайт
- www.rambler.ru - Поисковая система «Рамблер»
- www.vandex.ru - Поисковая система «Яндекс»
- www.nlr.ru/ Российская национальная библиотека.
- www.nns.ru/ Национальная электронная библиотека.
- www.rsl.ru/ Российская государственная библиотека.
- www.google.ru Поисковая система «Google».

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Приступая к изучению дисциплины, студенту необходимо ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной учебной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий, занести в свою рабочую тетрадь темы и сроки проведения семинаров, написания учебных и творческих работ.

При изучении дисциплины студенты выполняют следующие задания: изучают рекомендованную учебную и научную литературу; пишут контрольные работы, готовят доклады и сообщения к практическим занятиям; выполняют самостоятельные творческие работы, участвуют в выполнении практических заданий.

Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий.

Лекции - форма учебного занятия, цель которого состоит в рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме.

В состав учебно-методических материалов лекционного курса включаются:

- учебники и учебные пособия, в том числе разработанные преподавателями кафедры, конспекты (тексты, схемы) лекций в печатном виде и /или электронном представлении - электронный учебник, файл с содержанием материала, излагаемого на лекциях, файл с раздаточными материалами;
- тесты и задания по различным темам лекций (разделам учебной дисциплины) для самоконтроля студентов;
- списки учебной литературы, рекомендуемой студентам в качестве основной и дополнительной по темам лекций (по соответствующей дисциплине).

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности учащихся и приобретение умений и навыков практической деятельности.

Особая форма практических занятий – лабораторные занятия, направленные на экспериментальное подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений. В процессе лабораторной работы студенты выполняют одно или несколько лабораторных заданий, под руководством преподавателя в соответствии с изучаемым содержанием учебного материала.

Семинары – составная часть учебного процесса, групповая форма занятий при активном участии студентов. Семинары способствуют углублённому изучению наиболее сложных проблем науки и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы студентов. На семинарах студенты учатся грамотно излагать проблемы, свободно высказывать свои мысли и суждения, рассматривают ситуации, способствующие развитию профессиональной компетентности. Следует иметь в виду, что подготовка к семинару зависит от формы, места проведения семинара, конкретных заданий и поручений. Это может быть написание доклада, эссе, реферата (с последующим их обсуждением), коллоквиум.

Учебно-методические материалы практических (семинарских) занятий включают:

А) Методические указания по подготовке практических/семинарских занятий, содержащие:

- план проведения занятий с указанием последовательности рассматриваемых тем занятий, объема аудиторных часов, отводимых для освоения материалов по каждой теме;

- краткие теоретические и УММ по каждой теме, позволяющие студенту ознакомиться с сущностью вопросов, изучаемых на практических/лабораторных семинарских занятиях, со ссылками на дополнительные УММ, которые позволяют изучить более глубоко рассматриваемые вопросы;

- вопросы, выносимые на обсуждение и список литературы с указанием конкретных страниц, необходимый для целенаправленной работы студента в ходе подготовки к семинару (список литературы оформляется в соответствии с правилами библиографического описания);

- тексты ситуаций для анализа, заданий, задач и т.п., рассматриваемых на занятиях. Практические занятия рекомендуется проводить и с использованием деловых ситуаций для анализа (case-study method).

Б) Методические указания для преподавателей, ведущих практические/семинарские занятия, определяющие методику проведения занятий, порядок решения задач, предлагаемых студентам, варианты тем рефератов и организацию их обсуждения, методику обсуждения деловых ситуаций для анализа.

Методические указания по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов - способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процессе преподавателей. Повышение роли самостоятельной работы студентов при проведении различных видов учебных занятий предполагает:

- оптимизацию методов обучения, внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих производительность труда преподавателя,

активное использование информационных технологий, позволяющих студенту в удобное для него время осваивать учебный материал;

- широкое внедрение компьютеризированного тестирования;

- совершенствование методики проведения практик и научно-исследовательской работы студентов, поскольку именно эти виды учебной работы студентов в первую очередь готовят их к самостоятельному выполнению профессиональных задач;

- модернизацию системы курсового и дипломного проектирования, которая должна повышать роль студента в подборе материала, поиске путей решения задач.

Предметно и содержательно самостоятельная работа студентов определяется образовательным стандартом, рабочими программами учебных дисциплин, содержанием учебников, учебных пособий и методических руководств.

Для успешного самостоятельного изучения материала сегодня используются различные средства обучения, среди которых особое место занимают информационные технологии разного уровня и направленности: электронные учебники и курсы лекций, базы тестовых заданий и задач.

Электронный учебник представляет собой программное средство, позволяющее представить для изучения теоретический материал, организовать апробирование, тренаж и самостоятельную творческую работу, помогающее студентам и преподавателю оценить уровень знаний в определенной тематике, а также содержащее необходимую справочную информацию. Электронный учебник может интегрировать в себе возможности различных педагогических программных средств: обучающих программ, справочников, учебных баз данных, тренажеров, контролирующих программ.

Для успешной организации самостоятельной работы все активнее применяются разнообразные образовательные ресурсы в сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, лаборатории, при этом пользователю достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету для того, чтобы связаться с преподавателем, решать вычислительные задачи и получать знания. Использование сетей усиливает роль самостоятельной работы студента и позволяет кардинальным образом изменить методику преподавания. Студент может получать все задания и методические указания через сервер, что дает ему возможность привести в соответствие личные возможности с необходимыми для выполнения работ трудозатратами. Студент имеет возможность выполнять работу дома или в аудитории.

Большое воспитательное и образовательное значение в самостоятельном учебном труде студента имеет самоконтроль. Самоконтроль возбуждает и поддерживает внимание и интерес, повышает активность памяти и мышления, позволяет студенту своевременно обнаружить и устранить допущенные ошибки и недостатки, объективно определить уровень своих знаний, практических умений.

Самое доступное и простое средство самоконтроля с применением информационно-коммуникационных технологий - это ряд тестов «on-line», которые позволяют в режиме реального времени определить свой уровень владения

предметным материалом, выявить свои ошибки и получить рекомендации по самосовершенствованию.

Методические указания по выполнению рефератов

Реферат представляет собой сокращенный пересказ содержания первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами.

Написание реферата используется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью рефератов студент глубже постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда.

Процесс написания реферата включает:

- выбор темы;
- подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение;
- составление плана;
- написание текста работы и ее оформление;
- устное изложение реферата.

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. В них на основе тщательного анализа и обобщения научного материала сопоставляются различные взгляды авторов и определяется собственная позиция студента с изложением соответствующих аргументов.

Темы рефератов должны охватывать и дискуссионные вопросы курса. Они призваны отражать передовые научные идеи, обобщать тенденции практической деятельности, учитывая при этом изменения в текущем законодательстве. Рекомендованная ниже тематика рефератов примерная. Студент при желании может сам предложить ту или иную тему, предварительно согласовав ее с научным руководителем.

Реферат, как правило, состоит из введения, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, основного материала, содержащего суть проблемы и пути ее решения, и заключения, где формируются выводы, оценки, предложения.

Объем реферата - от 5 до 15 машинописных страниц.

Содержание реферата студент докладывает на семинаре, кружке, научной конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, студент в течение 7-10 минут должен кратко изложить основные положения своей работы. После доклада автор отвечает на вопросы, затем выступают оппоненты, которые заранее познакомились с текстом реферата, и отмечают его сильные и слабые стороны. На основе обсуждения студенту выставляется соответствующая оценка.

11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) включают;

- технические средства: компьютерная техника и средства связи (персональные компьютеры, проектор, интерактивная доска, видеокамеры, акустическая система);
- методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов, компьютерный лабораторный практикум);
- перечень и Интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы, электронная почта, профессиональные, тематические чаты и форум, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии и справочники; электронные учебные и учебно-методические материалы);
- перечень программного обеспечения (системы тестирования, персональные пакеты прикладных программ, программы-тренажеры, программы-симуляторы);
- перечень информационных справочных систем (ЭБС Книгафонд, «Гарант», «Консультант».).

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для материально-технического обеспечения дисциплины «Бизнес планирование в условиях ВЭД» необходимы следующие средства:

- компьютерные классы для работы с учебно-методическими комплексами с доступом в Интернет;
- проектор, совмещенный с ноутбуком.

Отдельные лекции и практические занятия проводятся с использованием вспомогательных средств: раздаточных материалов, слайдов, мультимедийных презентаций.

13. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению 38.03.01 «Экономика» реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных методов. В процессе преподавания дисциплины «Бизнес планирование в условиях ВЭД» предусмотрено использование следующих активных форм обучения:

- проведение деловых игр во время практических занятий;
- разбор конкретных ситуаций на семинарских занятиях (например, моделирование ситуации поведения потребителя при различных изменениях рыночной конъюнктуры - цен, доходов и пр.);
- организация различных форм проведения дискуссий (круглых столов и т.д.);
- использование электронных обучающих материалов (лекций) с последующим обсуждением их содержания на занятиях.

В процессе преподавания дисциплины «Микроэкономика» предусмотрено использование следующих интерактивных методов обучения:

- деловая игра – метод имитации (подражания) принятия решения студентами в искусственно созданной ситуации с помощью консультации преподавателя;

- ситуационный анализ (кейс-стади) – способ проверки знаний, позволяющий в условной обстановке решать конкретные реальные задачи. Одной из целей решения ситуационных заданий является выработка у обучаемых навыков в решении конкретных ситуаций;

- коллоквиум – форма учебного занятия, в ходе которого преподаватель контролирует усвоение студентами сложного лекционного курса, а также процесс самостоятельной работы студентов в течение семестра. На коллоквиум выносятся узловые, спорные или особенно трудные темы, а также самостоятельно изученный студентами материал. Он позволяет систематизировать знания;

- круглый стол - наиболее эффективный способ для обсуждения острых, сложных и актуальных вопросов, обмена опытом и творческих инициатив. Идея круглого стола заключается в поиске решения по конкретному вопросу, а также в возможности вступить в научную дискуссию по интересующим вопросам;

- дискуссия – обсуждение какого-либо вопроса с намерением достичь взаимоприемлемого решения. Дискуссия является разновидностью спора, близка к полемике, и представляет собой серию утверждений, по очереди высказываемых участниками.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающегося и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 20 % аудиторных занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ООП ВО по направлению подготовки 38.03.01 – «Экономика», профилю «Мировая экономика».

Составители: к.э.н., доцент Рагимли Ф.А., препод. Ханова Ф.С.

Рецензент: к.э.н., доцент Джавадов М.Р.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета филиала от 19.03.2015г., протокол № 06.