

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Бизнес-планирование

Код модуля
1161516(1)

Модуль
Управление инновациями

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Слабинский Сергей Владимирович	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	инноватики и интеллектуальной собственности

Согласовано:

Управление образовательных программ

Т.Г. Комарова

Авторы:

- Слабинский Сергей Владимирович, Доцент, инноватики и интеллектуальной собственности

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Бизнес-планирование

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	4	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Лабораторные занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Экзамен	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Бизнес-планирование

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предьявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-3 -Способен осуществлять критический анализ и обобщение профессиональной информации в рамках управления качеством продукции, процессов, услуг	З-2 - Характеризовать основные виды, методы и способы получения, идентификации и анализа информации в рамках управления качеством продукции, процессов, услуг З-4 - Сформулировать понятия и изложить основы маркетинга (цели, задачи, методы анализа и решений) для целей повышения конкурентоспособности продукции (работ, услуг) и удовлетворения требований потребителей с учетом исходной информации на рынке П-2 - Моделировать процесс управления качеством П-4 - Проводить маркетинговый анализ для	Домашняя работа Контрольная работа Лабораторные занятия Лекции Экзамен

	<p>целей выбора оптимальных решений по повышению конкурентоспособности продукции (работ, услуг) и удовлетворения требований потребителей как основного принципа управления (менеджмента) качества организации</p> <p>П-5 - Предлагать направления улучшения в области использования и применения новых промышленных технологий и методов организации производства</p> <p>У-4 - Искать и анализировать информацию для проведения маркетингового анализа организации, продукции (работ, услуг) и вырабатывать решения</p>	
<p>ПК-11 -Способен поддерживать в рабочем состоянии и улучшать (повышать результативность) систему менеджмента качества посредством проведения корректирующих и превентивных мероприятий, в том числе в рамках интегрированной системы менеджмента организации</p>	<p>З-2 - Изложить основные принципы управления качеством, на которых основана деятельность организации</p> <p>З-5 - Излагать последовательность проведения оценки эффективности мероприятий по улучшению использования ресурсов в организации</p> <p>П-1 - Разрабатывать план мероприятий по улучшению системы менеджмента качества и результативности выполнения программы обеспечения качества на основании оценки полученных данных по удовлетворенности потребителей, соответствию продукции, тенденциям процессов, поставщикам</p> <p>П-2 - Разрабатывать план корректирующих действий, направленных на повышение результативности выполнения программ обеспечения качества</p> <p>П-3 - Оценить ожидаемый экономический эффект от реализации запланированных корректирующих действий направленных на</p>	<p>Домашняя работа Контрольная работа Лабораторные занятия Лекции Экзамен</p>

	<p>совершенствование СМК и уменьшение затрат на несоответствия продукции</p> <p>П-4 - Разработать корректирующие мероприятия для уменьшения внутренних потерь</p> <p>П-5 - Разрабатывать рекомендации по целесообразности проведения мероприятий по повышению эффективности использования ресурсов</p> <p>У-2 - Разрабатывать рекомендации направленные на улучшение функционирования внутренней системы менеджмента качества (управления качеством) в организации</p> <p>У-3 - Рассчитать затраты на обеспечение эффективного функционирования СМК, стоимость жизненного цикла продукции</p> <p>У-5 - Устанавливать последовательность действий для оценки эффективности предлагаемых мероприятий</p>	
--	--	--

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.7		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	5,16	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.4		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.6		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – не предусмотрено		

Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям– нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –0.3		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	5,14	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям - 1		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям - не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам,	Неудовлетворительно	Не зачтено	Недостаточный (Н)

	имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	(менее 40 баллов)		
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Лабораторные занятия

Примерный перечень тем

1. Методы оценки рынка
 2. Методы маркетинговых исследований
 3. Методы оценки и анализа рисков
 4. Организационный план
 5. План доходов и расходов
 6. План движения денежных средств
 7. Показатели эффективности инвестиций
 8. Анализ чувствительности
 9. Имитационное моделирование
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. Методы оценки рынка
2. Методы оценки и анализа рисков
3. Организационный план
4. Производственное планирование
5. План доходов и расходов
6. План движения денежных средств
7. Статические методы оценки эффективности инвестиций
8. Динамические методы оценки эффективности инвестиций

Примерные задания

1. Маркетинговый раздел бизнес-плана состоит из следующих подразделов
 - план работы маркетингового отдела
 - план продаж
 - план доходов и расходов
 - стратегия маркетинга
2. Стоимость готовой продукции, полученной в результате производственной деятельности, законченных работ, предназначенных для реализации на сторону (потребителям), оказанных услуг называется:
 - валовая продукция
 - товарная продукция
 - реализованная продукция
 - чистая продукция
3. Приращение к рентабельности собственных средств, получаемое благодаря использованию кредита, несмотря на платность последнего называется
 - сила воздействия операционного рычага
 - эффект финансового рычага
 - эффект операционного рычага
 - сила воздействия финансового рычага
4. Точка безубыточности деятельности компании равна 100 шт. В каком случае сила воздействия операционного рычага будет максимальной?
 - 200 шт.
 - 110 шт.
 - 300 шт.
 - 250 шт.
5. Показатель, указывающий, на сколько можно уменьшить выручку, чтобы прибыль стала равна нулю, называется
 - запас финансовой прочности
 - точка безубыточности
 - порог рентабельности
6. Метод оценки риска проекта, позволяющий оценить, как изменяются результирующие показатели реализации проекта при различных значениях факторов устойчивости называется
 - имитационное моделирование
 - сценарный анализ
 - метод на основе нечеткой логики
 - анализ чувствительности
7. Для кого бизнес-план разрабатывается в первую очередь:
 - для государственных учреждений, в т.ч. налоговой
 - для федеральной, региональной и местной администрации
 - для банка, который даст кредит
 - для совета директоров, генерального директора и ведущих менеджеров
8. Планирование, согласно которому планы разрабатываются с определенной периодичностью (например, 1,5 года, 5, 10 лет) и по завершении одного плана на его базе разрабатывается другой называется
 - скользящее планирование
 - синхронное планирование

- последовательное планирование
- внеочередное планирование

9. Подход разработки бизнес-модели, связанный рассмотрением вопросов создания ценности для потребителя, выделения компании на рынке среди конкурентов, видения перспективы, определения круга заинтересованных организаций, расширения контактов и формирования альянсов называется

- экономический подход
- операционный подход
- стратегический подход
- текущий подход

10. Документ проекта, предоставляемый инвестору, в котором в краткой форме и общепринятой последовательности излагаются суть, основные характеристики, финансовые результаты и экономическая эффективность проекта называется:

- бизнес-план
- стратегический план
- календарный план
- бюджет проекта

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Анализ рынка
2. Календарное планирование
3. Маркетинг инноваций
4. Экономическое обоснование инновационного проекта
5. Анализ внешней и внутренней среды инновационного проекта

Примерные задания

- 1 Анализ внешней и внутренней среды.

Должны быть раскрыты цели и принципы стратегического анализа внешней и внутренней среды организации. Анализ среды является отправным моментом в проектном управлении, так как он формирует исходную базу для определения миссии и целей фирмы, а также выработки программы развития организации.

В ходе проведения анализа отрасли и конкурентных условий необходимо изучить:

- основные характеристики отрасли, рынка;
- формы и интенсивность конкуренции;
- самые сильные (слабые) конкуренты, их вероятные действия;
- ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе;
- общая привлекательность отрасли и перспективы достижения прибыльности выше отраслевой.

Анализ внутренней ситуации компании включает:

- эффективность действующей стратегии компании;
- сильные и слабые стороны компании, возможности и угрозы;
- конкурентоспособность по ценам и издержкам;
- прочность конкурентной позиции компании.

2. Исследование окружения проекта.

Для обоснования стратегических целей организации необходимо выполнить детальный анализ рынка реализации инновационной продукции.

Анализ рынка может включать следующие позиции.

1. Экономико-географическое описание рынка.
 2. Емкость рынка, которая определяется с учетом национального производства, экспорта и импорта товара. Здесь же следует выявить и отразить основные факторы, влияющие на емкость рынка.
 3. Изучение потребителей товара (имеющихся и потенциальных):
 - тип и характеристика потребителей;
 - типичные способы использования товара;
 - факторы, формирующие покупательские предпочтения и влияющие на выбор покупки;
 - побудительные мотивы и способы приобретения товара;
 - сегментация рынка по каким-либо признакам и покупателей по потребностям;
 - требования, предъявляемые к товару и поставщику.
 4. Изучение конкурентов:
 - круг реальных и возможных конкурентов;
 - конкуренты, владеющие наибольшей долей рынка;
 - характеристика основных конкурентов;
 - фирмы, наиболее динамично развивающие свою деятельность на дан-ном рынке;
 - особенности товаров конкурентов, делающие их предпочтительными для покупателей;
 - сильные и слабые стороны конкурентов.
 5. Изучение правовых аспектов торговли на данном рынке. Оно производится с целью оценки торгово-политических условий работы и рассматри-вает следующие аспекты:
 - политические условия торговли на данном рынке;
 - правовые нормы, регулирующие торговлю (ограничения или льготы, национальные стандарты, уровень таможенных сборов, торговые соглашения с нашей страной;
 - основные способы торговли на данном рынке, торговые обычаи, спо-собы доставки товара, вид транспорта, наличие портов и т.д.
- Полученные в результате проведенного анализа рынка данные дают возможность оценить следующие характеристики:
- степень привлекательности рынка (растущий - сокращающийся, старый - новый);
 - стабильность рынка;
 - остроту конкуренции;
 - степень насыщения рынка;
 - потенциал рынка.

3. Маркетинг инноваций

Маркетинг и сбыт продукции. В этом разделе должно быть доказано, что инновационная продукция предприятия имеет рынок сбыта, и обоснованы подходящая тактика конкурентной борьбы и механизм продвижения продукции на рынок. Информация данного раздела призвана убедить инвестора в существовании рынка сбыта для продукции компании.

Обоснование рыночной ниши продукции и среднесрочная концепция ее расширения, т.е. характеристика целевых рынков и поведения потребите-лей, прогнозы продаж,

трудности выхода (расширения) на целевые рынки, наиболее эффективные механизмы продвижения продукции на целевые рынки.

Характеристика ценообразования компании (сопоставление собственной стратегии в области цен с ценовой политикой основных конкурентов, обоснование цены на продукцию с учетом требований к качеству и анализа формирования себестоимости, оценка окупаемости затрат, уровня рентабельности продаж, политика предоставления скидок).

Тактика реализации продукции. Анализ методов реализации (прямая поставка, торговые представители, посредники) и их эффективность, выбор приоритетных каналов сбыта в долгосрочной перспективе, наличие договоров и протоколов намерений на поставку. Политика послепродажного обслуживания и предоставления гарантий. Реклама и продвижение продукции на рынок (может быть составлен рекламный бюджет).

Должен быть представлен план продаж по трем вариантам: пессимистический, реалистический, оптимистический. Необходимо оценить вероятность по каждому варианту и математическое ожидание плана продаж по каждому виду продукции.

4. Оценка эффективности проекта

Проводится расчет основных технико-экономических показателей деятельности организации при реализации проекта, основными из которых являются: выручка, себестоимости продукции, прибыль от продаж. Осуществляется разработка план доходов и расходов, оценка денежных поступлений и вы-плат, оценка финансовых показателей организации после внедрения проекта.

Оценка эффективности проводится с использованием метода дисконтирования, так как жизненный цикл проекта 2-3 года, и в течение этого периода денежные средства обесцениваются под влиянием инфляции и других возможных изменений внешней среды.

Для оценки эффективности инновационного проекта чаще всего используются такие показатели, как: чистая текущая стоимость проекта, индекс доходности, внутренняя норма доходности, срок окупаемости инвестиций.

В отчете необходимо представить показатели план доходов и расходов, план движения денежных средств, показатели эффективности инвестиций.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Планирование в инновационной деятельности компании. Основные понятия
2. Классификационные признаки планирования. Основные подходы
3. Прогнозирование. Отличительные признаки
4. Методы планирования
5. Понятие бизнес-плана: область применения, цели и виды
6. Проектная и операционная деятельность: сходства и различия
7. Содержание бизнес-плана. Характеристика основных разделов
8. Проектная и операционная деятельность: сходства и различия

9. План маркетинга. Методы определения объема продаж. Понятие маркетинговой стратегии
 10. Организационный план. Основные этапы разработки. Виды организационных структур: краткая характеристика
 11. Финансовый план. Основные этапы разработки. Классификация денежных потоков
 12. Статические методы оценки эффективности инвестиций
 13. Динамические методы оценки эффективности инвестиций
 14. Основные подходы к понятию риска. Классификация методов оценки риска
 15. Анализ чувствительности. Понятие и методика применения
 16. Основные виды маркетинговых исследований. Способы исследования рынка
 17. Оценка рынка. Подходы и методы к оценке. Целевая аудитория
 18. Конкурентный анализ
 19. Каналы распределения. Понятие и виды распределения
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-11	3-5	Домашняя работа Экзамен