РАНХиГС
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Дальневосточный

Институт

Управления

ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИЙ (ПРЕДПРИЯТИЙ)

Методические указания по выполнению курсовой работы для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

Хабаровск 2025

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 43B0028FD23306BCF414031E3FCDC222
Владелец: Меркулов Евгений Сергеевич
Действителен: с 29.01.2025 до 24.04.2026

ББК 65.291

Э

Автор-составитель:
Барбышева Т.М. – ст. преподаватель кафедры экономики и цифровых технологий Дальневосточного института управления – филиала РАНХиГС

Э **Экономика организаций (предприятий) :** методические указания по выполнению курсовой работы для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика / Т.М. Барбышева. – Хабаровск: Дальневосточный институт управления – филиал РАНХиГС, 2025. – 24 с.

Э

Методические указания предназначены для выполнения курсовых работ по дисциплине «Экономика организаций (предприятий)» обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика.

Методические указания содержат список рекомендуемой литературы и источников, рекомендации по написанию и защите курсовой работы, график выполнения работы для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика.

ББК

© Барбышева Т.М., 2025
© Дальневосточный институт управления - филиал РАНХиГС, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи выполнения курсовой работы 4
2. Планируемые результаты выполнения курсовой работы 4
3. Типовая структура и требования к содержанию курсовой работы 5
4. График написания и защиты курсовой работы 19
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 22
   5.1 Основная литература 22
   5.2 Дополнительная литература 22
   5.3 Нормативные правовые документы 23
   5.4 Интернет-ресурсы, справочные системы 23

1 Цель и задачи выполнения курсовой работы

Целями выполнения курсовой работы по дисциплине «Экономика организаций (предприятий) являются:

– приобретение систематизированных знаний об организационных и производственных структурах организаций (предприятий); основах ценообразования; инновационной и инвестиционной деятельности организаций (предприятий);

– овладение технологиями разработки и реализации политики по планированию финансово-хозяйственной деятельности организаций (предприятий) в достижении целей ее развития;

– закрепление знаний оценки эффективности экономических решений и усвоение на практике процесса выявления проблем в области управления финансово-хозяйственной деятельности организаций (предприятий).

2 Планируемые результаты выполнения курсовой работы

Профессиональные компетенции обучающегося, формируемые в результате выполнения курсовой работы:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ОПК ОС-5	Способен анализировать финансовые результаты организационно-управленческих решений	ОПК ОС-5.1.	Способность интерпретировать и документировать результаты финансово-экономического анализа хозяйствующего субъекта
ПКс ОС II-2	Способен анализировать, интерпретировать и оценивать финансовое состояние экономического агента	ПКс ОС II–2.1.	Способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, выполнять необходимые для составления экономических расчетов действия

Планируемые результаты выполнения курсовой работы

ОТФ/ТФ/профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС «Бизнес-аналитик» D/02.6 Анализ, обоснование и выбор решения (частично).	ОПК ОС-5.1. ПКс ОС II–2.1.	на уровне знаний: – знать виды хозяйствующих субъектов и особенности их функционирования; сущность и методы расчета экономических показателей, характеризующих экономические условия функционирования организаций; основы оценки экономического положения организации (предприятия) и прогнозирования финансово-хозяйственной деятельности экономического субъекта; – знать сущность экономических и финансовых методов для обоснования организационно-управленческих решений; на уровне умений: уметь выполнить на основе типовых методик расчет экономических показателей, характеризующих финансово-экономическую деятельность экономического субъекта на уровне навыков: обладать навыками расчета на основе типовых методик основных экономических показателей, необходимых для обоснования организационно-управленческих решений, в том числе выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей.

3 Типовая структура и требования к содержанию курсовой работы

Обучающиеся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика выполняют курсовую работу по дисциплине «Экономика организаций (предприятий)» на тему «Бизнес – план предприятия».

Курсовая работа должна содержать следующие разделы и подразделы:

Введение

1. Теоретическая часть

2. Бизнес-план конкретного предприятия

2.1 Титульный лист бизнес-плана;

2.2 Резюме проекта;

2.3 Описание предприятия;

2.4 Описание продукции /услуг;

2.5 Анализ конъюнктуры рынка;

2.6 План маркетинга;

2.7 Производственный план;

2.8 Организационный план;

2.9 Риски и страхование;

2.10 Финансовый план;

2.11 Оценка экономической целесообразности проекта;

2.12 Приложения к бизнес-плану.

Заключение

Библиографический список

СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Во введении курсовой работы обосновывается необходимость планирования в современных экономических условиях, актуальность темы, формулируются цель и задачи, решение которых необходимо для достижения поставленной цели, описывается информационная база, а также объект и предмет исследования.

В **теоретической части курсовой работы** студентам необходимо раскрыть вопросы планирования на предприятии, проанализировать необходимость бизнес-плана, дать описание структуры бизнес-плана, раскрыть содержание разделов.

Титульный лист бизнес-плана является своего рода визитной карточкой предприятия и самого проекта, позволяет потенциальному инвестору не изучая подробно весь бизнес-план, понять, о чем идет речь и определить для себя предварительную возможность инвестирования. Необходимо, чтобы на нем была отражена общая информация:

1. полное наименование организации-инициатора проекта;

2. название бизнес-плана, отражающее его специфику;

3. имя инициатора проекта, а также необходимые контактные линии для связи (телефон, факс, e-mail);

4. дата составления бизнес-плана.

Резюме проекта

Резюме – это самостоятельный рекламный документ, так как в нём содержатся основные положения всего бизнес-плана. По сути, это тот раздел бизнес-плана, который будут читать большинство потенциальных инвесторов в первую очередь. Объём резюме обычно составляет 2-3 страницы текста, который включает в себя следующую информацию:

1. наименование проекта и описание бизнес-идеи (инновационный продукт, нестандартный подход к сегментации рынка, выбору каналов продаж или позиционированию продукта);

2. характеристика предприятия (наименование, организационно-правовая форма, уставный капитал, распределение долей участия и полномочий руководства, почтовый адрес, контактные линии, ФИО и квалификация руководителя проекта);

3. краткая история развития предприятия с указанием идет ли речь о начале работы «с нуля» или о расширении бизнеса;

4. указание краткосрочных и долгосрочных целей проекта и предпосылок реализации бизнес-плана;

5. краткое описание текущего состояния рыночной конъюнктуры (емкость рынка, каналы распределения, темпы роста рынка) и конкурент-

ной среды;

6. описание конкурентных преимуществ продукции (услуг) организации в отношении ценообразования, качества, позиционирования;

7. потребность в финансировании, направление использования финансовых средств, источники финансирования, срок возврата заемных средств или средств, инвестированных учредителями;

8. наличие лицензий, сертификатов, разрешений;

9. определение экономических показателей эффективности проекта;

10. степень конфиденциальности информации.

Описание предприятия

В данном разделе необходимо охарактеризовать предприятие, обратив внимание на его отличия от других компаний, присутствующих на рынке:

1. направления деятельности (функциональное назначение, направления использования, технологии производства продукции или оказания услуг);

2. преимущества организации (качество продукции/услуг, возможности сбыта, уровень издержек, квалификация персонала, уровень технологии, уровень менеджмента);

3. тенденции развития в ближайшее время и в перспективе (завоевание первенства по доле рынка, лидерство по показателям качества продукции и услуг, удержание имеющихся позиций и т.д.).

Для уже существующих организаций дополнительно указываются следующие параметры:

1. основные достижения организации, события повлиявшие на развитие предприятия;

2. показатели эффективности деятельности организации;

3. объем рынка продукции или услуг, предоставляемых предприятием;

4. доля предприятия на рынке, как увеличить долю предприятия на рынке;

5. партнёрские связи.

Кроме того, в данном разделе приводятся:

1. развёрнутое описание миссии организации и бизнес-идеи;

2. характеристика текущих и стратегических целей бизнеса.

Описание продукции/услуг

В данном разделе дается описание тех видов продукции/услуг, которые предлагаются на рынок. Необходимо дать описание основных характеристик продукции/услуг, при этом должен быть сделан акцент на преимуществах, которые предлагаемая продукция несёт потенциальным потребителям. Если продукт находится на стадии разработки, необходимо указать в деталях, что остается сделать, чтобы вывести его на рынок. Также важна возможность совершенствования данной продукции/услуг.

Характеристика продукции/услуг:

1. функциональное назначение продукции/услуг, для каких целей

она предназначена;

2. примеры использования продукции /услуг;
3. стоимость в зависимости от объемов производства;
4. технологичность;
5. универсальность;
6. соответствие продукции/услуг принятым стандартам;
7. на какой стадии разработки находится продукт в настоящее время (идея, рабочий проект, опытный образец, серийное производство);
8. требования к контролю качества;
9. требования к гарантийному и послегарантийному обслуживанию;
10. имеются ли возможности для дальнейшего развития продукта;
11. патентно-лицензионная защита (патенты или авторские права на изобретения торговые марки);
12. требования к гарантийному и послегарантийному обслуживанию;
13. сезонность.

Анализ продукции /услуг конкурентов, имеющейся на рынке:

1. описание функциональных и потребительских свойств конкурирующих продуктов;
2. почему продукты конкурентов пользуются определенным спросом;
3. принципы ценообразования конкурентов;
4. способы стимулирования сбыта, используемые конкурентами.

Финансирование:

1. принятая концепция ценообразования;
2. оптимальные размеры заказов и формы оплаты;
3. уровень запасов.

Также в данном разделе должна быть представлена оценка средней стоимости заказа одного клиента.

Анализ конъюнктуры рынка

В данном разделе должно быть показано, что продукция/услуги предприятия имеют рынок сбыта.

Рынок является решающим фактором для предприятия. Опыт показывает, что неудача большинства несостоявшихся со временем проектов была связана именно со слабым изучением рынка и недооценкой его емкости. Самые гениальные технологии оказываются бесполезными, если на них нет своих покупателей. Таким образом, только тщательный анализ нужд и запросов потребителя дает желаемый результат для коммерческих организаций. Этот раздел бизнес-плана является одним из наиболее важных. Почти все последующие разделы бизнес-плана зависят от правильности и точности полученных в этом разделе оценок сбыта. Для проверки достоверности информации о рынке рекомендуется, по возможности, перепроверить полученные данные о рынке по альтернативным источникам.

Ключевым требованием, предъявляемым к данному разделу, является описание рынка, на котором действует организация:

1. состояние целевого рынка;

2. емкость и структура рынка;
3. уровень и тенденции развития рынка;
4. динамика цен на рынке (за последние 3 года);
5. специфические особенности рынка (трудности доступа, высокий уровень конкуренции);
6. независимые прогнозы относительно развития рынка в будущем;
7. предполагаемая доля рынка, которую займет продукция предприятия;
8. планы относительно зарубежных рынков;
9. экспортный потенциал;
10. особые цели на рынке.

Описание потребителей продукции /услуг, их текущих предпочтений и тенденций изменения должно включать информацию о типе потребителя (единичные самостоятельные потребители, организации, производители), географическом размещении и восприятии ими продукции или услуг организации.

Успех вывода на рынок нового продукта или услуги зависит от позиционирования продукта в сознании потребителя, что обусловливает высокие требования к процессу сегментации рынка.

Сегментация рынка осуществляется следующим образом:

1. выявляются параметры, оказывающие влияние на поведение потребителей (географические, демографические, демографические и т.д.);
2. выбирается один или несколько наиболее перспективных сегментов рынка и приводится подробное обоснование выбора данного сегмента (емкость сегмента в натуральном и денежном выражении, особенности развития сегмента по сравнению с рынком в целом и другими сегментами, перспективы роста рынка в краткосрочной и среднесрочной перспективе)

Далее в разделе приводится характеристика конкурентов анализируемой организации в выбранном сегменте рынка. В качестве параметров для сравнительного анализа целесообразно использование следующих показателей:

1. потребительские свойства продукции/услуг (два-три ключевых);
2. технологии производства продукции или оказания услуг;
3. доля рынка в сегменте;
4. методы ценообразования и уровень цен;
5. восприятие продукции/услуг потребителями;
6. рекламная стратегия и брендинг.

Сравнительный анализ осуществляется отдельно по каждому из выбранных рынков в табличной форме (табл. 1).

Таблица 1 – сравнительный анализ конкурентов

Параметр	Исследуемая	Конкурент	Конкурент	Конкурент

	организация	№ 1	№ 2	№ 3

В результате данного анализа должны быть выявлены ключевые конкурентные преимущества организации перед конкурентами.

Далее необходимо произвести SWOT-анализ. При использовании этого метода осуществляется анализ сильных и слабых сторон проекта в контексте факторов внешней среды. Возможности, угрозы и ограничения – это факторы внешней среды, которые могут способствовать либо препятствовать достижению цели. Если фактор благоприятен, то мы относим его к числу возможностей. Если фактор активно неблагоприятен, то его действие способно привести к разрушению проекта. Если фактор пассивно неблагоприятен, то его действие само по себе не разрушает достижение цели проекта, но скорее препятствует ему.

К числу факторов среды, которые обычно подвергаются анализу, относятся:

1. состояние спроса на продукт или услугу (растет, стабилен, падает);
2. степень конкуренции на рынке (высокая, умеренная, низкая);
3. наличие незанятой ниши (ниш);
4. законодательство (на предмет наличия ограничений);
5. проводимая государством политика (на предмет создаваемых ею возможностей и угроз для проекта);
6. доступность необходимых ресурсов (финансовых, человеческих, технологических и т. д.);
7. культурные, экологические, морально-этические требования.

План маркетинга

Данный раздел должен отражать стратегию продвижения продукции/услуг компании на рынок в различные временные периоды. В основе плана маркетинга – данные исследований рынка, миссия, цели и задачи компании на рынке, желаемые финансовые показатели. План маркетинга – важное условие достижения успехов компании на рынке. В зависимости от вида деятельности и сложности рынка значимость самого плана маркетинга и используемая в нем тактика маркетинга для разных компаний могут существенно различаться. Однако при любом виде бизнеса требуется обеспечивать определенный уровень продаж продукции/услуг, необходимый для выживания фирмы. Поэтому плану маркетинга уделяют особое внимание при рассмотрении бизнес-плана.

Маркетинговая стратегия организации формируется на базе четырех основных компонентов.

1. Продукция/услуги (ассортимент, характеристики продукции/услуг и ее позиционирование в сознании потребителя):

а) специальные характеристики или уникальность продукции/услуг;

б) требования к качеству продукции по сегментам рынка;

в) потенциальный спрос по сегментам рынка;

г) структура ассортимента продукции/услуг;

д) описание бренда продукции/услуг;

е) дополнительный сервис, предоставляемый потребителю;

ж) предоставляемые потребителям гарантии качества продукции/услуг;

з) разработка новых видов продукции/услуг и улучшение их потребительских характеристик для действующих рынков.

2. Ценовая политика:

а) текущий уровень цен и влияние на него реализации маркетинговых мероприятий (цена продукции или услуги, расчет и обоснование цены, методы ценообразования);

б) сравнение цен с конкурентами;

в) наличие специальных цен для посреднических структур;

г) система скидок, размеры скидок;

д) система бонусов;

е) специальные условия оплаты (по факту, с предоплатой, в кредит).

3. Сбыт продукции/услуг:

а) методы стимулирования продаж (выбор каналов распределения по сегментам рынка, система распределения (продаж) в настоящее время и в перспективе);

б) эффективность сбыта (численность сотрудников сбытовых служб, оснащенность новой современной техникой, обучение, стимулирование их работы).

4. Продвижение продукции/услуг:

а) реклама (используемые виды рекламы, размер и направления использования рекламного бюджета, характеристика используемых в рамках рекламной кампании средств массовой информации, график рекламной кампании, методика измерения эффекта от проведения рекламной кампании);

б) PR (связи с общественностью);

в) личные продажи (схема организации личных продаж).

Комплекс мероприятий маркетинга должен быть разделен на две группы мероприятий (разовые и реализуемые периодически), а информация по каждой группе представлена в табличной форме (табл. 2, 3).

Таблица 2 - Мероприятия комплекса маркетинга, реализуемые один раз в планируемом периоде

Мероприятия	Сроки реализации	Исполнители	Затраты в год

Таблица 3 - Мероприятия комплекса маркетинга, реализуемые периодиче-

ски

Мероприятия	Периодичность и длительность	Исполнители	Затраты в год

В данном разделе должен быть приведен план реализации продукции или услуг по видам (табл. 4). Если организация оказывает широкий спектр услуг, может быть осуществлено их агрегирование по типам или клиентам (с учетом усредненного заказа).

Таблица 4 - План реализации продукции или услуг (заполняется по видам продукции/услуг)

Показатели	**Ед. изм**	**1-й год**					**2-й год**					**3-й год**				
		Всего	**по кварталам**				**Всего**	**по кварталам**				**Всего**	**по кварталам**			
			I	**II**	**III**	**IV**		**I**	**II**	**III**	**IV**		**I**	**II**	**III**	**IV**
Объем реализации в натуральном выражении																
Цена реализации за единицу продукции/ услуг																
Выручка от реализации продукции																
Выручка от реализации данного вида продукции/услуг, без учета НДС																
Общая выручка от реализации продукции без НДС																

Производственный план

Данный раздел должен подробным образом описывать путь, посредством которого предприятие планирует эффективно производить продукцию или услуги и поставлять их потребителю. Производственный план – неотъемлемая часть любого бизнес-плана. В данном разделе следует охарактеризовать производственный процесс и его технико-экономические

показатели, в том числе: технология производства продукции/оказания услуг, состав основного технологического оборудования, поставщики и условия приобретения основного технологического оборудования, используемые материалы, комплектующие и сырье, характеристика поставщиков, контроль качества продукции/услуг, перспективы совершенствования технологии.

Во-первых, необходимо представить информацию, связанную с помещениями предприятия и их расположением.

Во-вторых, охарактеризовать другие элементы производственного плана:

1. обеспеченность предприятия участками земли, зданиями и сооружениями (собственность, аренда);

2. географическое положение предприятия (близость потребителей, покупательская способность района, ближайшие транспортные узлы, наличие парковки);

3. потребность в участках земли, зданиях и сооружениях, коммуникациях;

4. потребность в оборудовании (условия приобретения оборудования, сроки поставок, основные поставщики);

5. требуемое количество материальных ресурсов;

6. контроль качества на всех этапах рабочего процесса также (описание требований);

7. перспективы совершенствования технологии.

Организационный план

Целью данного раздела является определение рациональной (экономически обоснованной) потребности предприятия в персонале и обеспечение эффективного его использования в планируемом периоде времени.

Данный раздел должен определять ведущих специалистов управленческой команды, описывать их ответственность и информировать об образовании, квалификации и опыте работы, а также о функциональных обязанностях и навыках. Следует осветить механизм стимулирования и мотивации сотрудников предприятия, показать каким образом они будут заинтересованы в достижении поставленных в бизнес-плане целей, установить основные положения системы оплаты труда.

В этом разделе необходимо определить:

1. наличие необходимого персонала;

2. требования к квалификации;

3. условия оплаты (оклад, повременная оплата, почасовая оплата);

4. принципы стимулирования (участие в прибылях, премии, бонусы);

5. условия труда (оборудованное рабочее место)

6. условия оформления (постоянная работа, по контракту, в качестве совместителей);

7. обучение персонала (повышения квалификации персонала на весь период реализации проекта с указанием планируемых затрат и влияния на производительность труда и профессиональный уровень);

8. предполагаемые изменения в структуре персонала по мере развития предприятия.

Затраты на содержание персонала составляют значительную часть издержек предприятия, определяют цену реализации продукции /услуги и ее конкурентоспособность. Кроме того, в данном разделе должны быть приведены штатное расписание организации и динамика численности персонала, с указанием средней величины заработной платы, также необходимо охарактеризовать систему материального стимулирования персонала.

Риски и страхование

Цель данного раздела – перечислить весь спектр рисковых событий, выявить вероятность их наступления и провести анализ негативных факторов способных оказать значительное влияние на реализацию проекта.

Реализация проекта всегда сопряжена с определенной долей риска. С развитием рыночных отношений бизнес осуществляется в условиях неопределенности и изменчивости как внешней, так и внутренней среды. Это значит, что постоянно возникает неясность в полезности ожидаемого конечного результата и, следовательно, возникает опасность непредвиденных потерь или неудач. Риск – это потенциальная возможность понести потери в виде дополнительных расходов сверх предусмотренных прогнозом, либо получение доходов ниже тех, которые были запланированы.

При написании данного раздела следует осветить следующие основные моменты:

1. привести перечень возможных рисков с указанием вероятности их проявления и ожидаемого ущерба от этого;

2. указать организационные меры по профилактике и нейтрализации указанных рисков;

3. определить вероятность возникновения каждого риска;

4. проранжировать их по вероятности возникновения;

5. оценить ожидаемый размер убытков (ориентировочная оценка ущерба для предприятия от наиболее вероятных рисков).

Перечень рисков весьма многообразен, вероятность каждого типа риска различна, неодинакова и сумма убытков, которые они могут вызвать. Наиболее важные риски (всего не менее пяти), заносятся в таблицу (табл. 5).

Таблица 5. - «Ассортимент» возможных рисков

Тип риска	Вероятность появления	Влияние на деятельность организации	Возможный резерв

Далее следует представить основные методы защиты от их влияния (табл. 6).

Таблица 6. - Методы нейтрализации рисков

Риски	Варианты стратегии в рискованных ситуациях

Финансовый план

Цель данного раздела – установить и обосновать финансовую часть проекта, охарактеризовать способность проекта обеспечить поступление денежных средств в объеме, необходимом для обслуживания и погашения долговых обязательств и выплаты дивидендов, доказать перспективную платежеспособность предприятия.

В данном разделе даются нормативы для расчётов финансово-экономических показателей, определяются потребность в финансовых ресурсах и источники финансирования, приводятся переменные и постоянные затраты на производство продукции/оказания услуг, составляется смета расходов на реализацию проекции/услуг, рассчитывается таблица расходов и доходов, проводится анализ безубыточности, определяются ключевые показатели эффективности проекта. Объем финансирования проекта в разрезе источников представляется в табличной форме (табл. 7).

Таблица 7 - Источники средств для реализации проекта

Источники финансирования	Величина средств, необходимая для реализации проекта
Собственные средства Уставной капитал Добавочный капитал	
Заемные и привлеченные средства Кредиты банков (по всем видам кредитов) Заемные средства других организаций и частных лиц Прочие	
Итого	

Необходимо рассчитать первоначальный размер инвестиционных вложений, необходимых для реализации разрабатываемого проекта (табл.8).

Таблица 8. - Смета первоначальных затрат по годам реализации проекта

Показатели	**Ед. изм**	**1-й год**					**2-й год**					**3-й год**				
		Всего	**по кварталам**				**Всего**	**по кварталам**				**Всего**	**по кварталам**			
			I	**II**	**III**	**IV**		**I**	**II**	**III**	**IV**		**I**	**II**	**III**	**IV**
1.Капитальные вложения в приобретение основных средств																
объект 1																
объект 2																
…																
2. Прочие капи-																

тальные вложения																
…																
3. Приобретение оборотных средств																
…																
Итого																

В отдельной таблице следует привести расчет амортизационных отчислений в рамках проекта (табл.9).

Таблица 9. - Оценка амортизационных отчислений

№	Наименование оборудования	Кол-во, единиц	Первоначальная стоимость	Норма амортизации	Сумма амортизации

Смета затрат на производство продукции/услуг по видам должна быть приведена с учетом изменения цен на материальные ресурсы (табл.10).

Таблица 10. - Затраты на производство и сбыт по годам реализации проекта

Показатели	**Ед. изм**	**1-й год**					**2-й год**					**3-й год**				
		Всего	**по кварталам**				**Всего**	**по кварталам**				**Всего**	**по кварталам**			
			I	**II**	**III**	**IV**		**I**	**II**	**III**	**IV**		**I**	**II**	**III**	**IV**
1. Переменные (прямые) затраты, всего																
затраты на сырье, материалы, комплектующие, полуфабрикаты и др.																
затраты на топливо и энергию на технологические цели																
затраты на оплату труда производственных рабочих																
отчисления на социальные нужды																
2. Постоянные (общие) затраты, всего																
общепроизводственные расходы																
общехозяйственные расходы																
расходы на сбыт продукции																
3. Общие затраты на производство и сбыт продукции (услуг), всего																
4. Планируемый																

объем выпуска, единиц																
5. Себестоимость единицы продукции																

Далее, необходимо показать, каким образом будет формироваться прибыль и как она будет изменяться по годам реализации проекта (табл. 11).

Таблица 11. - Финансовые результаты по годам реализации проекта

Показатели	**Ед. изм**	**1-й год**					**2-й год**					**3-й год**				
		Всего	**по кварталам**				**Всего**	**по кварталам**				**Всего**	**по кварталам**			
			I	**II**	**III**	**IV**		**I**	**II**	**III**	**IV**		**I**	**II**	**III**	**IV**
Доходы (выручка) от реализации продукции (товаров, работ, услуг)																
Доходы от выбытия основных фондов																
Доходы от продажи прочих активов																
Прочие доходы и поступления																
Итого																
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг																
Валовая прибыль																
Коммерческие расходы																
Управленческие расходы																
Прибыль (убыток) от продаж																
Прочие доходы и расходы																
Проценты к получению																
Проценты к уплате																
Внереализационные доходы																
Внереализационные расходы																
Прибыль (убыток) до налогообложения																
Текущий налог на прибыль																
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода																

Оценка экономической целесообразности проекта

В данном разделе рассчитываются основные показатели, характеризующие целесообразность реализации данного проекта.

Одним из показателей, применяемых для оценки эффективности проекта является точка безубыточности. Анализ безубыточности проекта позволяет выявить зависимость размера прибыли от определяющих факторов: объема выпуска, изменения цены продукции/услуг, расходов предприятия и т.д.

Точка безубыточности соответствует объему выпуска продукции (услуги), начиная с которого ее выпуск должен приносить прибыль. Предприятие при этом не имеет прибыли и способно только возмещать переменные и постоянные затраты.

Расчет точки безубыточности производится по формуле:

$$T = F / (P - V), \quad (1)$$

где T – точка безубыточности;

F – сумма постоянных расходов;

P – цена за единицу продукции;

V – переменные расходы на единицу продукции (услуги).

Анализ безубыточности должен быть проиллюстрирован графиком. Принцип построения графика следующий: отложить на координатных осях выручку, постоянные и переменные затраты, точка пересечения выручки и переменных затрат будет равна точке безубыточности (рис.1).

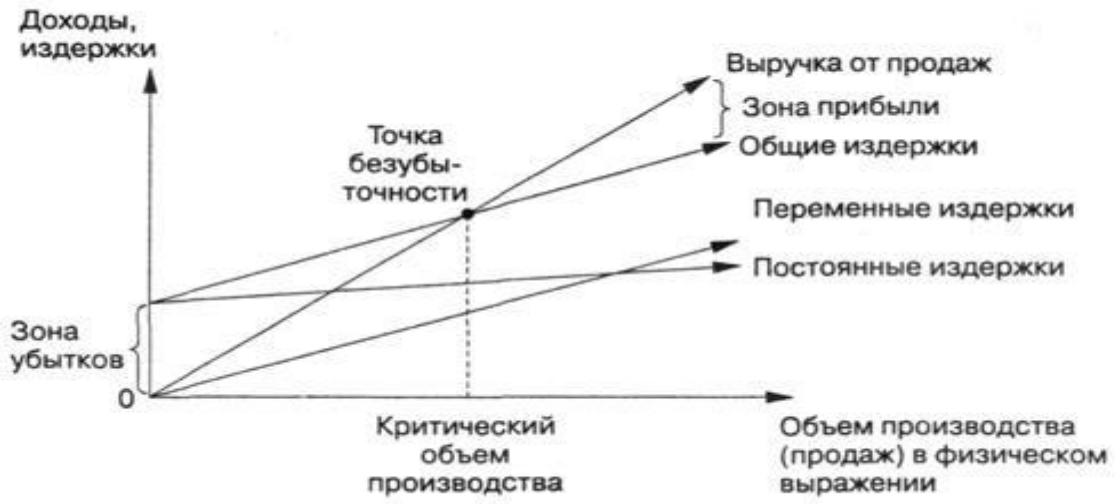


Рисунок 1. - График безубыточности

Прогноз точки безубыточности дает ответ на вопрос о том, какой объем выпуска необходим, чтобы доходы предприятия совпадали с его расходами. В этой точке достигается равновесие доходов с расходами: если предприятие оказывает больше услуг, то будет получен доход, если меньше, то будут финансовые потери. Точка безубыточности – критерий

оценки эффективности деятельности компании. Если компания не может достичь точки безубыточности, то с точки зрения рынка она неэффективна.

Приложения к бизнес-плану

В приложения к бизнес-плану включаются документы, которые могут служить подтверждением или более подробным объяснением сведений, представленных в бизнес-плане. Приложения – это документы, на базе которых был составлен бизнес-план. К их числу относятся следующие:

1. результаты маркетинговых исследований;
2. заключения аудиторов (включая аналитическую часть);
3. подробные технические характеристики продукции/ услуги;
4. развернутые характеристики конкурентов и их продуктов;
5. копии рекламных материалов, прайс-листов, каталогов;
6. заключения экспертов и прочие документы.

Заключение

Заключение содержит краткое изложение выводов по теме работы. Заключение не должно носить характер сжатого пересказа всей работы, в нем должны быть изложены итоговые результаты. Эта часть исполняет роль концовки, обусловленной логикой проведенного исследования, которая носит форму синтеза накопленной в основной части работы. Этот синтез - последовательное, логически стройное изложение полученных итогов и их соотношение с общей целью и конкретными задачами, поставленными и сформулированными во введении. Заключительная часть предполагает, как правило, также наличие обобщенной итоговой оценки проделанной работы. При этом важно указать, в чем заключается ее главный смысл, какие важные побочные научные результаты получены, какие встают новые научные задачи в связи с проведением исследования. В некоторых случаях возникает необходимость указать пути продолжения исследования темы, формы и методы ее дальнейшего изучения, а также конкретные задачи, которые будущим исследователям придется решать в первую очередь.

Библиографический список

Список использованных источников и литературы содержит наименование работ, источников, которые были непосредственно использованы автором при работе над курсовой работой. Количество использованных источников и литературы в курсовой работе, как правило, должно быть не менее 15-20. Вспомогательные или дополнительные материалы, которые загромождают текст основной части работы, помещают в приложении.

4 График написания и защиты курсовой работы

Выполненную работу студенты сдают на рецензию и защищают ее у руководителя в сроки, установленные учебным планом.

График выполнения и защиты курсовой работы

Контрольная точка/неделя	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Предоставление плана			*														
Разработка теоретической части						*											
Разработка проекта бизнес-плана										*							
Разработка финансового плана														*			
Сдача курсовой работы на кафедру															*		
Проверка курсовой работы																*	
Защита курсовой работы																	*

Методика оценки курсовой работы включает в себя два критерия: формальный и содержательный:

- к формальным критериям относятся: соблюдение сроков сдачи законченного проекта, правильность оформления, грамотность структурирования проекта, наличие ссылок и научного аппарата, наличие иллюстрационного материала, использование современной литературы и др. Оценка по формальным критериям - 20 баллов;

- к содержательным критериям относятся: актуальность темы, сбалансированность разделов проекта, правильная формулировка целей и задач исследования, соответствие содержания заявленной теме, степень самостоятельности, наличие элементов научной новизны, практическая ценность проектаи т.д. Оценка по содержательным критериям - 50 баллов.

Оценка за защиту курсовой работы - 30 баллов.

Критерии рейтинговой оценки

Наименование критерия	Показатель критерия, позволяющий оценить его в максимальный балл	Макс. балл
Составление библиографии и плана в установленные сроки	Регистрация научным руководителем плана Работы на **3 неделе семестра**	4
Полнота раскрытия темы	Определение практической проблемы, решению которой служит бизнес-планирование; определение ключевых понятий по теме Работы; обобщение и систематизация аналитических показателей, отражающих предмет исследова-	15

Наименование критерия	Показатель критерия, позволяющий оценить его в максимальный балл	Макс. балл
	ния; характеристика методов анализа и планирования показателей; установление информационной базы и обязательных приложений; учет специфики организационно-правовой формы и вида деятельности; наличие аналитических таблиц и выводов (промежуточных и итоговых); использование в сравнительном анализе официальных статистических данных	
Логичность составления плана, изложения основных вопросов	Наличие обязательных элементов введения; наличие параграфов, раскрывающих тему Работы; распределение параграфов в основной части; структура заключения	5
Наличие дискуссионных вопросов	Отражение различных точек зрения на ключевые понятия	10
Наличие аргументированной точки зрения автора	Наличие авторского обоснования выбора показателей хозяйственной деятельности; методов анализа данных показателей	15
Знание и отражение в работе изменений законодательства	Наличие ссылок в основном тексте и библиографическом списке Работы действующих нормативно-правовых актов, регулирующих осуществление видов хозяйственной деятельности, в том числе в определенной организационно-правовой форме	10
Аккуратность оформления	Отсутствие стилистических, орфографических и арифметических ошибок, опечаток в тексте Работы	3
Правильность оформления курсовой работы	Оформление Работы в соответствии с требованиями стандартов вуза	3
Сроки представления	Регистрация Работы на кафедре «Экономика и цифровых технологий» на **15 неделе семестра**	5
Защита курсовой работы	Наличие ответов (исправлений, дополнений) в письменной форме: на замечания, присутствующие в тексте Работы и отзыве научного руководителя; на дополнительные вопросы, заданные при защите. Наличие и качество презентации на бумажном носителе	30
	Оценка с учетом защиты	**100**

Соответствие рейтинговой оценки стандартной шкале «отлично – неудовлетворительно»:

«отлично» – 86-100 баллов;

«хорошо» – 70-85 баллов;

«удовлетворительно» – 51-69 баллов;

«неудовлетворительно» – 50 и менее баллов.

5 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1) Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / Е. В. Купцова ; ответственный редактор А. А. Степанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8377-7. — URL : https://urait.ru/bcode/560505

2) Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для вузов / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08683-6. — URL : https://urait.ru/bcode/542326

3) Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20234-2. — URL : https://urait.ru/bcode/561734

5.2 Дополнительная литература

1) Боброва, О. С. Организация коммерческой деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 369 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19166-0. — URL : https://urait.ru/bcode/556082

2) Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — URL : https://urait.ru/bcode/507921

3) Дорман, В. Н. Экономика организации. Ресурсы коммерческой организации : учебник для вузов / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 122 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17060-3. — URL : https://urait.ru/bcode/540167

4) Кузьмина, Е. Е. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 469 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16461-9. — URL : https://urait.ru/bcode/535692

5) Тертышник, М. И. Экономика организации : учебник и практикум для вузов / М. И. Тертышник. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 509 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16540-1. — URL : https://urait.ru/bcode/541668

6) Экономика предприятия : учебник для вузов / Е. Н. Клочкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова, Е. С. Дарда ; под редакцией Е. Н. Клочковой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16987-4. — URL : https://urait.ru/bcode/535950

7) Экономика предприятия : учебник для вузов / С. П. Кирильчук [и др.] ; под общей редакцией С. П. Кирильчук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 458 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15878-6. — URL : https://urait.ru/bcode/539627

5.3 Нормативные правовые документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: https://base.garant.ru/10164072/
2. Трудовой кодекс Российской Федерации: https://ivo.garant.ru/#/document/12125268/paragraph/6963504/doclist/8251/1/0/0/трудовой%20кодекс:1
3. Налоговый кодекс Российской Федерации: https://ivo.garant.ru/#/document/10900200/paragraph/1/doclist/8356/5/0/0/предприятие:7
4. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации": https://ivo.garant.ru/#/document/12154854/paragraph/25850/doclist/8284/1/0/0/малое%20предпринимате
5. Нормативно-правовые акты федеральные, региональные и муниципальные.

5.4 Интернет-ресурсы, справочные системы

1. Официальный сайт государственных органов власти Российской Федерации. – URL.: http:// www.gov.ru.
2. Официальный сайт Президента РФ. – URL.: http:// www.kremlin.ru.
3. Официальный сайт Правительства Российской Федерации.– URL.: http://www.government.ru.
4. Российская государственная библиотека. Электронная библиотека диссертаций РГБ. – URL.:http://www.rsl.ru.
5. Универсальная научная электронная библиотека elibrary.ru. – URL.: http://elibrary.ru.

Наименование ресурса	***Электронный адрес***
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ	
АКДИ “Экономика и жизнь”	http://www.akdi.ru/
Интернет-издание по теории и практике финансового и управленческого учета	http://gaap.ru/diary/
КоммерсантЪ	http://www.kommersant.com/
Компания	http://www.ko.ru/
РБК daily	http://rbcdaily.ru/
Финанс	http://www.finansmag.ru/
Финансовый директор	http://www.fd.ru/
Эксперт	http://www.expert.ru/
ЛИТЕРАТУРА В INTERNET	
Каталог ресурсов в помощь студенту	http://edu.uapa.ru/elibrary/
Электронная библиотека экономической и деловой литературы	http://www.aup.ru/library/
Экономический портал	http://institutiones.com/

Экономика организаций (предприятий) : методические указания по выполнению курсовой работы для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика / Т.М. Барбышева. – Хабаровск : Дальневосточный институт управления – филиал РАНХиГС, 2024. – 25 с.

Подписано в печать _____.
Формат 60 × 84 1/16. Бумага А-4.
Усл. печ. л. ___. Уч.-изд. л. ____.
Тираж ____. Заказ ____.

Редакционно-издательский отдел
Дальневосточного института управления – филиала РАНХиГС
680000, Хабаровск, ул. Муравьёва-Амурского, 33.