

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра «Организация
сельскохозяйственного производства»

ЗАДАНИЯ И МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению курсового проекта по дисциплине:
«БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ»
(продвинутый уровень)

Казань 2017

УДК 808.26.

Задания и методические указания по выполнению курсового проекта по дисциплине: «Бизнес-планирование (продвинутый уровень)» для студентов Института экономики по направлениям 38.03.02 – «Менеджмент» направленность «Организация производственных систем», 38.03.01 – «Экономика» направленность «Экономика предприятий, отраслей и анализ отраслевых рынков» очного и заочного обучения подготовлены доцентом Авхадиевым Ф.Н., и.о. доцентом Ситдиковой Л.Ф., старшим преподавателем Михайловой Л.В.

Рецензенты:

к.с.-х.н., доцент кафедры экономики, организации, менеджмента и информационных технологий ФГБОУ ВО "Казанская государственная академия ветеринарной медицины имени Н.Э. Баумана" Файзрахманов Р. Н.;

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита ФГБОУ ВО «Казанский государственный аграрный университет» Садриева Э. Р.

Задания и методические указания по выполнению курсового проекта по дисциплине: «Бизнес-планирование» (продвинутый уровень) для студентов Института экономики по направлениям 38.03.02 – «Менеджмент» направленность «Организация производственных систем», 38.03.01 – «Экономика» направленность «Экономика предприятий, отраслей и анализ отраслевых рынков», утверждены и рекомендованы к печати на заседании кафедры «Организация с.-х. производства» Казанского ГАУ от 23 марта 2017 г., протокол № 7/1.

Задания и методические указания обсуждены, одобрены и рекомендованы к печати на заседании методической комиссии Института экономики Казанского ГАУ от 27 марта 2017 г., протокол № 8.

УДК 808.26.

© Казанский государственный аграрный университет 2017 г.

1. Методические указания по выполнению курсового проекта

Студенты по направлениям 38.03.02 – «Менеджмент», направленность «Организация производственных систем», 38.03.02 – Экономика», направленность «Экономика предприятий, отраслей и анализ отраслевых рынков» в соответствии с учебным планом должны написать курсовой проект по дисциплине «Бизнес-планирование (продвинутый уровень)», чем завершается изучение дисциплины и является подготовительным этапом к дипломному проектированию по специальности.

Значение и роль бизнес-планирования в нынешних условиях рыночной экономики и совершенствования управления при формировании стратегии развития фирмы и раскрытии резервов роста стабильности её деятельности существенно обостряется.

В ходе написания курсового проекта студент обязан продемонстрировать полные теоретические познания в сфере бизнес-планирования на организациях агропромышленного комплекса при разработке определенных задач, навыки в использовании современных методов экономических исследований при проведении разнообразных расчетов, отчетливо и логично выражать свои замыслы, обобщить и сформулировать конкретные выводы и предложения.

Целью успешной подготовки и защиты курсового проекта является:

- группировку, закрепление, расширение теоретических и практических познаний по специальности, использование данных познаний для решения определенных экономических, технических, научных и производственных задач;
- формирование навыков к самостоятельной работе, освоение методики изучения и экспериментирования во время решения разрабатываемых в курсовом проекте вопросов и проблем;
- оценка уровня подготовленности студента к самостоятельности в условиях нынешнего производства при учете особенностей деятельности сельскохозяйственных организаций.

Курсовой проект необходимо выполнить на материалах определенного хозяйствующего субъекта многообразной организационно-правовой формы, где необходимо рассмотреть вопросы разработки бизнес-плана сельскохозяйственной организации.

Основные задачи, предполагающие решения в ходе выполнения данной работы:

- вооружить студента полными теоретическими знаниями, задачу можно достичь путем усвоения специальной литературы по выбранной теме. Однако необходимо помнить, что в нынешних условиях источники информации, в том числе нормативные, в вопросах бизнес-планирования непрерывно расширяются и освежаются. По этой причине студент самостоятельно действует в подборе литературы, применяя монографии по изучению конкретных вопросов составления отдельных глав бизнес-плана в разнообразных областях АПК.

Выполнение курсового проекта направлено на формирование следующей компетенции:

- способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3).

В ходе изучения определенной проблемы завоевываются навыки в выявлении нерешенных вопросов и предложений некоторых авторов по их решению, а также формируется личное мнение студента к данной проблеме. Вследствие усиливается познавательная инициативность в исследовании разнообразных версий, более целесообразных или рациональных решений, повышается инициатива и независимость, также повышается ощущение ответственности в принятии решений, вырабатывается научный образ мышления;

- обучить студента применять современные методы экономических исследований для проведения разнообразных расчетов. Студенту необходимо научиться давать экономическую оценку происходящих явлений, принимать верные решения по данным определенного сельскохозяйственного предприятия;

- раскрыть способности студента точно использовать теоретические положения в решении разнообразных практических задач, умение аргументировать

целесообразность введений и вычислить экономическую эффективность предложенных мер;

- установить способности студента выражать свои мнения внятно, грамотно и в строгой логической последовательности, он должен представить свое умение в обобщении полученных данных и на этой основе сформулировать верные выводы и подавать экономически эффективные предложения для введения в практическую деятельность нынешнего производства при учете особенностей деятельности предприятий в секторе АПК.

Целью данной работы является привитие студентам самостоятельности при анализе конечных экономических результатов в деятельности фирмы, оценки целесообразности его труда и диагностики развития в рыночных условиях, составления бизнес-проектов сельскохозяйственных организаций разнообразных организационно-правовых форм, усугубления теоретических познаний в дисциплине, а также формирование у студентов исследовательской деятельности и инициативы в творчестве.

В методическом отношении в качестве курсового проекта разрешается продолжение выполненной прежде научно-исследовательского труда студента, что содействует благополучной его подготовке и защите.

2. Выбор темы, подбор литературы, практического материала и составление плана курсового проекта

В процессе выполнения курсового проекта по дисциплине «Бизнес-планирование (продвинутый уровень)» укрепляются и расширяются теоретические и практические знания студентов, при этом немаловажное значение имеет правильный выбор темы.

На кафедре организации сельскохозяйственного производства студентами самостоятельно осуществляется выбор определенных тем курсовых проектов. Однако студент может и сам предлагать тему своей работы, которая не включена в опубликованную тематику.

Основные требования, которые предъявляются к темам курсовых проектов: их проблемность, новизна, актуальность, практическая значимость, комплексность, связь с перспективами развития конкретного хозяйствующего субъекта.

Студент начинает выполнение работы над избранной темой с подбора литературы. Усвоение литературы содействует развитию научных знаний у студента. В результате чего студенты познают о спорных вопросах по теме изучения, знакомятся с мнениями на них различных экономистов, а также всевозможными путями их решения.

Как упомянуто выше, студент выполняет курсовой проект на фактическом материале определенной сельскохозяйственной организации.

3.Содержание курсового проекта

Одной из основных целей данного курсового проекта считается закрепление теоретических основ курса и выполнение практической работы по составлению бизнес-планов инвестиционных проектов в разнообразных сферах деятельности.

При достижении данной цели проекта важно разрешить следующие задачи:

- уточнить идею проекта;
- изучить предполагаемый рынок;
- составить маркетинговый план;
- составить производственный план;
- составить организационный план;
- разработать финансовый план;
- оценить экономическую эффективность осуществления проекта;
- анализировать чувствительность проекта;
- составить резюме проекта.

Содержание данной работы должно отвечать установленным задачам.

Направленность курсового проектирования уточняется по последней цифре номера зачётной книжки (Приложение 1), являясь основой при самостоятельном определении студентом темы курсового проекта (так, если номер зачётной книжки студента заканчивается цифрой «7», это означает, что направлением его курсового проектирования будет «Птицеводство»). Что позволит студенту разработать курсовой проект по таким темам, как « Проект создание гусиного комплекса», бизнес-план выращивания цыплят кросса hу-line, бизнес-план по производству и реализации продуктов перепеловодства, бизнес-план производство мяса индеек и многие другие.

В структуру курсового проекта включается:

- титульный лист;
- содержание работы;
- введение;
- основная часть работы;
- заключение;
- список использованных источников.

В приложении 2 приводится образец по оформлению *титульного листа*.

4. Структура курсового проекта

1. Резюме
2. Идея проекта
3. Изучение рынка
4. План маркетинга
5. Производственный план
6. Организационный план
7. Финансовый план
8. Оценка эффективности проекта
10. Анализ чувствительности проекта

1. Резюме

Особенностью данного раздела считается то, что раздел разрабатывается в самую последнюю очередь и включает краткую суть проекта и характеристики его основных показателей.

В резюме целесообразно привести краткие выводы по основным аспектам проекта:

- планируемый в деятельности фирмы перечень товаров и услуг;
- объёмы продаж (денежная выручка фирмы от реализации) за первый год функционирования предприятия;
- инвестиционные затраты на создание фирмы;
- источники финансирования по вышеуказанным инвестиционным затратам, их структура;
- организационно-правовая форма создаваемой организации;
- важнейшие показатели экономической эффективности реализации проекта (уровень рентабельности, чистая текущая стоимость, срок окупаемости, индекс доходности и др.).

По объёму резюме должен составить не более 1 страницы.

2. Идея проекта

Задачей данного раздела является в доступной и сжатой форме пояснить, в чем состоит суть проекта, на чем основан реальный потенциал создания новой фирмы.

Здесь потребуется предоставить следующие данные:

- идею и суть бизнес-проекта;
- особенности предлагаемых товаров и услуг, их конкурентное преимущество по сравнению со сходной продукцией конкурентов;
- важнейшие факторы успеха.

По объёму раздел не должен составлять более 1,5–2 страниц.

Подраздел «Описание продукта (услуги)» включает:

- общее описание предлагаемых товаров (услуг);
- функциональное предназначение продукции;
- определенные области употребления предлагаемых товаров (услуг);
- цена вопроса в зависимости от объемностей производства;
- непротиворечивость продукции принятым стандартам;
- стадия, где в настоящее время находится предполагаемый продукт (идея, опытный образец, рабочий проект, серийное производство и т. п.);
- есть ли возможности для дальнейшего совершенствования производства продукции.

Подглава «Конкурентные преимущества» включает сведения касаясь предполагаемой привлекательности товара или услуги для покупателей, его вероятной узнаваемости среди прочих похожих товаров, обеспеченной разнообразными путями.

3. Изучение рынка

3.1. Анализ отраслевых показателей

Оценка положения дел области, где намеревается осуществление данного инвестиционного проекта (далее – отрасль проектирования), может совершаться на нескольких степенях.

Целью данного подраздела является доказать, что имеется объективная вероятность предприятия производить и реализовать свой товар (услугу). Нужно показать, что для данного вида товара или услуги рынок сбыта истинно имеется, и что создаваемая фирма сможет воспользоваться потенциалами, которые он предоставляет.

3.2. Оценка привлекательности рынка

Суждение «привлекательный рынок» охарактеризует уровень благоприятности обстоятельств, которая складывается в той или иной стране (регионе, отрасли) в отношении к инвестициям, которые могут быть вложены.

Привлекательность рынка также может быть оценена наличием программ поддержки со стороны государства и региона.

3.3. Анализ внешней среды

I. Анализ внешней макросреды

В этом подразделе курсового проекта анализируются важнейшие факторы макросреды, которые могут проявить позитивное или негативное воздействие на развитие создаваемого предприятия.

Вследствие такого анализа макросреды составляют перечень рисков и возможностей (см. Таблицу 1), какие могут подействовать на функционирование фирмы.

Вследствие анализа внешней макросреды надо установить наиболее подходящие условия (возможности), какие создаваемая организация сможет применять при создании и развитии конкурентных преимуществ, а также наиболее неблагоприятные факторы (риски), которые могут выразить отрицательное влияние на конкурентную позицию создаваемой организации.

Таблица 1.- Возможности и угрозы развития создаваемого предприятия

Факторы внешней макросреды	Возможности	Угрозы
1. Экономические		
2. Политические		
3. Правовые		
4. Социальные		
5. Технологические		
6. Природные		
7. Международные		

II. Оценка конкурентов

Конкурентная позиция на рынке анализируется с учётом отраслевой принадлежности создаваемого предприятия.

Предварительно следует выявить основных конкурентов создаваемого предприятия. Среди выявленных конкурентов необходимо выделить 3 – 4 наиболее сильных и опасных.

После формирования перечня основных прямых конкурентов следует провести оценку их потенциала.

По результатам экспертной оценки делается вывод о сильных и слабых сторонах предприятия и его основных конкурентов, что отражается в Таблицах 2 и 3.

Таблица 2.- Оценка сильных и слабых сторон деятельности предприятия и основных конкурентов

	Предприятие	Конкуренты			
		А	Б	В	...
Сильные стороны					
Слабые стороны					

Таблица 3.- Сравнительная характеристика предприятия и конкурентов

Предприятие	Конкуренты			
	А	Б	В	...
Сильные стороны предприятия по сравнению с конкурентами				
Слабые стороны предприятия по сравнению с конкурентами				

По результатам оценки сильных и слабых сторон деятельности предприятия необходимо сделать выводы.

III. Характеристика целевых сегментов

Далее необходимо провести сегментацию потенциальных потребителей товаров (услуг). Выделить и проанализировать целевой сегмент, на котором предприятие планирует концентрироваться. Рынок можно сегментировать по географическому признаку, типу покупателей, типу товаров и услуг.

IV. SWOT-анализ

SWOT-анализ используется для систематизации информации о деятельности предприятия и предназначен для:

- выбора направления развития предприятия;
- использования сильных сторон предприятия;
- устранения или учета недостатков предприятия;
- использования предоставляемых возможностей;
- избегания рисков и угроз;
- разработки стратегических действий;
- создания базы для разработки стратегии развития предприятия.

Для того чтобы провести SWOT-анализ, сведения о возможностях и угрозах, в том числе и информацию о сильных и слабых сторонах деятельности предприятия представляют в виде матрицы (Таблица 4). Для этого необходимо выделить 3-5 важных, наиболее значимых возможностей и угроз, слабых и сильных сторон деятельности предприятия.

Таблица 4.- Матрица SWOT-анализа

	Сильные стороны:	Слабые стороны:
	1. ... 2. ... 3.	1. ... 2. ... 3.
Возможности	Стратегические действия	Стратегические действия
1. ... 2. ...	Сочетание сильных сторон и возможностей внешней	Сочетание возможностей, которыми предприятие

3.	среды, которыми предприятие может воспользоваться	может воспользоваться для преодоления слабых сторон
Угрозы	Стратегические действия	Стратегические действия
1. ... 2. ... 3.	Сочетание сильных сторон предприятия, благодаря которым оно может устранить угрозы	Набор слабых сторон и угроз предприятия, которые невозможно устранить

4. План маркетинга

Стратегия маркетинга

Выбирая стратегию маркетинга, организация определяет принципиальное соотношение между планируемыми показателями в области сбыта, производства, финансов и инвестиций.

Базовая стратегия маркетинга предприятия

Поставленная перед организацией цель и стратегические действия, разработанные на основе SWOT-анализа, формируют маркетинговую стратегию предприятия.

Данный раздел курсового проекта (работы) предполагает определение и обоснование наиболее рационального варианта базовой маркетинговой стратегии и разработки основных направлений (способов) её реализации.

Конкурентная стратегия предприятия

Главной задачей конкурентных стратегий является установление конкурентных преимуществ организации или его продукции и определение путей сохранения своего превосходства.

Конкурентными преимуществами организации признаются такие характеристики деятельности организации в рыночной экономике, с помощью которых создается превосходство над конкурентами, в том числе и благодаря разра-

ботанным конкурентным стратегиям, способствующих удержанию организацией определенного рыночного сегмента.

Выбором конкурентной стратегии заканчивается определение общей маркетинговой стратегии развития предприятия. Организация реализуют базовую и конкурентную стратегии через инструментальные стратегии.

Товарная стратегия предприятия

Разработка товарной стратегии предполагает изучение направлений оптимизации товарной номенклатуры, а так же того ассортимента товаров, который был бы наиболее предпочтителен для успешной работы на рынке и способен обеспечить эффективность деятельности организации в целом. Под товарным ассортиментом понимается набор товаров, который сформирован по признакам, отвечающим сегодняшним требованиям рынка.

Ценовая стратегия предприятия

Ценовую стратегию, в первую очередь, необходимо увязать с базовой, конкурентной и товарными стратегиями. Говоря о ценовой стратегии, имеются в виду решения по установлению и изменению цен на долгосрочную и среднесрочную перспективы. Предприятие выбирает возможную динамику изменения базовой рыночной цены товарного ассортимента.

В курсовом проекте (работе) необходимо обеспечить текущую взаимосвязь между базовой, конкурентными и ценовыми стратегиями предприятия, обоснованными и соответствующими текущей ситуации на рынке.

Стратегия распределения

Эффективная система распределения формируется на основе решения двух основных стратегических задач:

1. Размеры интенсивности охвата рынка (территории).
2. Способы продажи товара – напрямую или с помощью сбытовых посредников.

Коммуникативная стратегия

Коммуникационная стратегия решает две взаимосвязанные задачи: информирует потенциальных покупателей о предлагаемых товарах (услугах) и

убеждает их в том, что данная покупка для них необходима. Реализация этих задач проводится с помощью четырех основных инструментов: через рекламу, стимулирование сбыта, персональные продажи и отношения с общественностью.

В курсовом проекте (работе) следует рассмотреть детально два первых пункта.

4.1. Канал распределения

Этот подраздел предполагает обоснование и краткую характеристику системы сбыта (то, как она устроена. Имеется ли у организации собственная система сбыта или этим занимаются сторонние компании, есть ли у них посредники или нет?).

Если студент делает предположение о возможных сторонних розничных сетях или оптовых посредниках, то список таких привлекаемых компаний следует предоставить в данном разделе курсового проекта (работы).

4.2. Ассортиментные позиции

Студент самостоятельно определяет ассортиментные (товарные) позиции, которые следует рассмотреть в курсовом проекте (работе).

4.3. План реализации продукции

Для того чтобы понять какой объем рынка может занять создаваемое предприятие следует предварительно изучить рынок сбыта продукции (услуг). В процессе работы над курсовым проектом (работой) студент может использовать различные подходы и формулы для определения ёмкости рынка. После определения значения ёмкости рынка, в этом подразделе курсового проекта следует разработать таблицы, в которых будет рассчитан прогнозируемый объём продаж продукции (услуг) предполагаемой организации на год. Рассчитываемый прогноз необходимо составлять с помесечной разбивкой. Прогноз следует составлять трёх вариантов (для пессимистического, оптимистического и реалистического прогнозов).

4.4. Продвижение

Данный раздел курсового проекта дает свободу выбора при определении каналов распространения рекламы, в том числе и характер рекламного бюджета.

5. Производственный план

5.1. Технология

Данный раздел можно выполнить двумя способами. Студенту следует либо кратко и лаконично описать технологический процесс, либо же, наоборот, привести подробное описание всей сути технологического процесса и полную характеристику всех его основных этапов, особенностей, а так же слабых мест и т. д.

5.2. Расположение

В данном подразделе в зависимости от того, какое индивидуальное задание получил студент, необходимо предоставить информацию о требованиях, которые предъявляются к производственным помещениям, о существующих вариантах размещения предприятия и о способах, благодаря которым это помещение можно получить (приобрести). К последнему можно отнести строительство объектов, их аренду или покупку. Помимо вышеприведенных пунктов, скорее всего, станет необходимо предоставление сравнительной характеристики различных вариантов размещения либо же генеральный план используемого помещения (в виде графического представления размещения организации на выбранной территории, карта-схемы проезда).

Студент должен обосновать решение о выборе того месторасположения, где будет находиться организация.

5.3. Оборудование

В данном подразделе курсового проекта (работы) необходимо предоставить информацию о потребностях в оборудовании, рассказать об условиях его получения и установки. Студент в зависимости от индивидуального задания может выбрать два вида разработки этой части бизнес-плана:

1. составить перечень необходимого оборудования и указать их стоимость (таблица 5);

2. составить перечень оборудования и указать поставщиков, предлагаемую ими стоимость и условия поставок (таблица 6).

Таблица 5.- Перечень необходимого оборудования

№ п/п	Наименование оборудования	Кол -во	Стоимость за единицу в рублях	Сумма в рублях
1.				
2.				
...				
	Всего:			

Таблица 6. – Перечень необходимого оборудования с указанием потенциальных поставщиков и условий поставок

№ п/п	Наименование оборудования	Кол- во ед.	Потенциальный поставщик	Стоимость, руб.	Условия поставок
1.					
2.					
...					
	Всего:				

5.4. Материалы и энергоносители

В этом подразделе курсового проекта необходимо предоставить информацию о потребностях создаваемой организации в материалах и энергоносителях на время эксплуатационной (производственной) фазы реализации предлагаемого проекта, а также рассмотреть условия, на которых они поставляются.

Таблица 7 – Перечень необходимых материалов и энергоносителей с указанием потенциальных поставщиков и условий поставок

№ п/п	Наименование материалов и энергоносителей	Требуе- мый объ- ем в год, натур. ед.	Потенциаль- ный постав- щик	Стои- мость, руб.	Условия поста- вок	Ранг
1.						
...						

6. Организационный план

Подготовка этого раздела бизнес-проекта предполагает рассмотрение следующих пунктов:

- обоснованный выбор той или иной организационной структуры проектируемого предприятия;
- обеспечение предприятия трудовыми ресурсами;
- распределение обязанностей и ответственности между участниками проекта;
- юридические особенности создания и функционирования предприятия;
- календарный план выполнения работ по проекту на инвестиционной фазе.

6.1. Организационная структура

В данном подразделе курсового проекта (работы) студенту следует схематично изобразить организационную структуру создаваемой организации и указать её тип, перечислить основные функции ключевых структурных подразделений.

6.2. Кадровый состав

Изучение данного подраздела проекта подразумевает описание потребности создаваемой организации в персонале. Здесь же необходимо указать какая

система оплаты труда работников будет использоваться при функционировании данного предприятия.

6.3. Юридические аспекты

При рассмотрении этого подраздела курсового проекта (работы) следует указать подробный перечень необходимых экспертиз, лицензий и разрешений, которые понадобятся для осуществления проекта, в соответствии с действующим законодательством. Кроме вышеперечисленного, следует указать о возможных юридических препятствиях, которые могут возникнуть в процессе реализации проекта.

6.4. Календарный план выполнения работ по проекту

Данный подраздел предполагает составление календарного плана выполнения работ, который может быть оформлен или в виде таблицы или в виде рисунка и должен включать:

- перечень важных этапов в процессе реализации проекта и указание длительности их реализации;
- указание объема необходимых ресурсов и ответственных за это лиц.

7. Финансовый план

7.1. Система налогообложения

Студенту потребуется подробно описать налоги и сборы, в том числе и отчисления, которые предприятию придется выплачивать в ходе реализации проекта (необходимо будет указать налогооблагаемую базу, ставки и периодичность уплаты).

7.2. План себестоимости продукции (услуг)

В зависимости от индивидуального задания план себестоимости продукции (услуг) в курсовом проекте (работе) может быть представлен по экономическим элементам или по калькуляционным статьям.

7.3. План инвестиций

Данный подраздел включает в себя две части: инвестиционные затраты и источники финансирования инвестиций.

Объёмы инвестиций должны быть обоснованы и приведены на основании данных проекта.

7.4. План доходов и расходов

План доходов и расходов составляют для иллюстрации того, каких результатов следует ожидать от будущей деятельности фирмы, включая ее доходность, возможность выживания и активное хозяйствование. На структуру плана доходов и расходов также непосредственное влияние будет оказывать система налогообложения, используемая студентом в процессе выполнения курсового проекта (работы). К ключевым показателям этого подраздела проекта необходимо отнести структуру затрат на производство и реализацию продукции (услуг), динамику выручки, полученную от реализации продукции (предоставления услуг) и объём валовой и чистой прибыли.

7.5. Кредитный план

Заемный капитал – это один из основных пунктов, необходимых для успешной реализации задуманного проекта. Одним из самых важных моментов являются условия кредитования, такие как сроки предоставляемого кредита, процентные ставки, периодичность платежей, возможность отсрочки уплаты основного долга и т.д. Процесс получения, возврата и обслуживания заёмного капитала должен быть подробно расписан с данным подразделе.

7.6. Движение денежных средств

Движение денежных средств показывает те денежные потоки, которые будут сопровождать проект в ходе его реализации.

Студент в процессе выполнения курсового проекта (работы) может представить движение денежных средств как форму плана движения денежных средств или в качестве кэш-фло. Обе вышеприведенные формы о движениях денежных средств необходимо привести в виде таблиц, отражающих данные о наличии денежных средств на начало периода, их поступлении и расходовании

в течение этого периода. В конце таблицы следует указать данные о наличии денежных средств на конец периода.

План движения денежных средств должен отражать календарный план реализации проекта.

8. Оценка эффективности проекта

При определении коммерческой эффективности предлагаемого проекта необходимо рассчитать показатели эффективности реализации проекта:

- срок окупаемости (простой и дисконтированный);
- чистый доход и чистый дисконтированный доход;
- индекс доходности (простой и дисконтированный);
- внутренняя норма доходности;
- рентабельность инвестиций.

9. Анализ чувствительности проекта

Данный подраздел курсового проекта позволяет определить силу влияния изменения базовой величины отдельных факторов (цены, себестоимости, объема продаж) на ключевые показатели эффективности проекта (NV, NPV, PP, PB, PI, DPI).

Требования по оформлению курсового проекта

Курсовая проект пишется на компьютере на одной стороне белой бумаги формата А4 (210×297 мм).

При написании текста основной части курсовой проекта не рекомендуется использовать весь собранный материал, следует выбрать основные данные, раскрывающие исследуемый вопрос.

Размеры полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм.

При написании допускаются только общепринятые сокращения (например, тыс. руб.).

Изложение работы должно быть логически стройным, понятным. Повествование ведётся только от третьего лица (!). При написании допускаются только общепринятые сокращения.

Текст основной части делят на разделы (при необходимости – на подразделы и пункты).

Если текст печатается в электронном виде, то его следует набирать 14-м кеглем через 1,5 интервала, поля по 20 мм. Приложения – в конце отчёта. Страницы (листы) нумеруются арабскими цифрами. Их располагают в пределах рабочего поля страницы сверху. Цифры должны быть отделены от текста пробелом в одну строку. Титульный лист включается в общую нумерацию, но номер страницы на нем не ставится.

Раздел пишут прописными буквами. Каждый раздел следует начинать с нового листа. Названия разделов размещают в верхней части листа симметрично тексту. Точка в конце названия раздела не ставится, переносы не допускаются. Расстояние между заголовком раздела и текстом – 1 строка. Название раздела не подчеркивается. Разделы имеют порядковую нумерацию, нумеруются арабскими цифрами; подразделы, пункты нумеруются в пределах разделов.

Страницы работы нумеруют арабскими цифрами. Титульный лист включают в общую нумерацию. На титульном листе номер не ставят, на последующих страницах номер проставляют в нижней части страницы, в центре. Графи-

ческий материал, выполненный на отдельных страницах, включается в порядковую нумерацию.

Иллюстрации (кроме таблиц) обозначают словом «Рис.» и нумеруют в пределах раздела (например, «Рис. 1.2» – второй рисунок первого раздела). Наименование помещают над иллюстрацией, поясняющие записи – под иллюстрацией, номер иллюстрации – ниже поясняющей надписи.

Таблицы нумеруют арабскими цифрами в пределах раздела. Таблица имеет заголовок, над которым в правом верхнем углу пишут, например, «Таблица 1.2» (вторая таблица первого раздела). Если в работе одна таблица, её не нумеруют и слово Таблица не пишут. Заголовок таблицы и слово Таблица пишут с прописной буквы, не подчеркивают.

Иллюстрации и таблицы размещают после первого упоминания о них в тексте.

Список использованных источников. Название этой части должно быть в точности воспроизведено в её заголовке прописными буквами.

Вся использованная литература (книги, сборники, статьи), перечисляются в алфавитном порядке. Нормативные акты, документальные источники, публикации в сети Интернет могут быть выделены в подразделы списка литературы. При этом единая нумерация источников сохраняется. Сборники, не имеющие на титульном листе имен авторов, включаются в общий список по алфавитному расположению заглавия. В случае использования статьи, опубликованной в журнале, газете или сборнике, приводятся фамилии и инициалы автора, полное название статьи и наименование журнала, газеты или сборника с их выходными данными. Источники на иностранных языках и из Интернета приводятся и конце списка литературы на языке оригинала и по алфавиту. Обязательным требованием является указание общего количества (нумерации) приводимых в списке работ.

Последовательность включения источников в список литературы следующая:

- законодательные материалы РФ, решения правительства и статистические материалы;
- книги и статьи по алфавиту авторов и заглавий с учётом последующих (вторых, третьих и т. д.) букв;
- неопубликованные документы (отчёты о НИР, диссертации и т. д.);
- книги и статьи, опубликованные на иностранном языке;
- источники в сети Интернет.

Нумерация источников в списке литературы должна быть сквозной.

Законченная работа, содержащая все требуемые элементы оформления, вставленная в обложку и скрепленная по левому краю, сдается для проверки руководителю.

Рекомендуемый библиографический список

Основная литература

1. Мухаметгалиев Ф.Н. Методические основы разработки бизнес-планов создания и развития малых форм хозяйствования в АПК / Ф.Н. Мухаметгалиев, Ф.Н. Авхадиев, Э.Р. Садриева. – Казань: Изд-во Казанского ГАУ, 2015. – 384 с.
2. Мухаметгалиев Ф.Н. Система планирования на предприятиях АПК: учеб. пособие / Ф.Н. Мухаметгалиев, Ф.Н. Авхадиев. – Казань.: Казан. ун-т, 2011. – 309 с.
3. Планирование на предприятии: Учебное пособие / А.И. Ильин. - 9-е изд., стер. - М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2014. - 668 с./ <http://znanium.com>
4. Планирование на предприятии: Учебник / М.И. Бухалков. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 411 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-003931-2, 400 экз.

Дополнительная литература:

1. Басовский Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 260 с.
2. Вайс Е.С. Планирование на предприятии: учебное пособие / Е.С. Вайс, В.М. Васильева, Т.А. Вайс, В.С. Васильцов. – 4-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2011. – 336 с.
3. Дубровин И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2011. – 432 с.
4. Мухаметгалиев Ф.Н., Авхадиев Ф.Н. Практическое руководство по разработке планов на предприятиях АПК / : учеб. пособие / Ф.Н. Мухаметгалиев, Ф.Н. Авхадиев. – Казань.: Издательство ФГБОУ КГАУ, 2007.

5. Мухаметгалиев Ф.Н. Справочник специалиста агропромышленного комплекса / Ф.Н. Мухаметгалиев, Ф.Н.Авхадиев, И.Г.Гайнутдинов и др. – Казань: Казан. ун-т, 2011. – 694 с.
6. Савельева Н.А. Бизнес-план предприятия. Теория и практика / Н.А. Савельева, И.Ю. Бринк. – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 384 с.
7. Симунин Е.Н. Планирование на предприятии: электронный учебник / Е.Н. Симунин, В.М. Васильцова, Т.А. Симунина, В.С. Васильцов. Электрон. дан.-М.:КНОРУС, 2010
8. Черняк В.З. Бизнес-планирование: электронный учебник / В.З. Черняк. – Электрон. дан.- М.:КНОРУС, 2010

Нормативно-правовые акты по планированию

- 1.. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части I и I (с изменениями).
2. Трудовой кодекс Российской Федерации (с изменениями).
3. Федеральный закон РФ «О государственном стратегическом планировании» (проект) <http://www.consultant.ru/>
4. Положение о Министерстве экономического развития Российской Федерации (с изменениями на 29 июня 2012 года) Утверждено Постановлением Правительства Российской Федерации от 5 июня 2008 года N 437; <http://www.economy.gov.ru>

Периодические издания

1. Журнал «АПК: экономика, управление»
- 2 . Журнал «Вопросы экономики»
3. Журнал «Международный сельскохозяйственный журнал».
- 4.Журнал «Справочник экономиста»
5. Журнал «Экономика сельского хозяйства России»
6. Журнал «Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий».
7. Журнал «Экономист»

Выбор направления курсового проектирования

Последняя цифра номера зачетной книжки	Направление курсового проектирования (курсовой работы)
0	Полеводство (по культурам)
1	Овощеводство
2	Садоводство
3	Скотоводство (по видам продукции)
4	Свиноводство
5	Овцеводство
6	Коневодство
7	Птицеводство
8	Пчеловодство
9	Кролиководство

Образец титульного листа курсового проекта

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Организации сельскохозяйственного производства

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

Дисциплина: «Бизнес-планирование (продвинутый уровень)»

Выполнил студент гр. (подпись) Ф.И.О.

Руководитель (подпись) Ф.И.О.

Казань 20__ г.