

ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ

Кафедра Менеджмента

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

г. № ТПП.03-54
03» май 20 17 г.

Протокол от «25» 04 20 14 г.
Заведующий кафедрой

А.Т. Стадний

(подпись)

ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.ОД.16 БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

По направлению подготовки

35.03.07 Технология производства и переработки сельскохозяйственной
продукции (уровень бакалавриата)

профиль: Технология производства и переработки продукции
животноводства.

ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ

Кафедра Менеджмента

Рег. № _____
«___» _____ 20___ г.

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
Протокол от «___» _____ 20___ г. № _____
Заведующий кафедрой
_____ А.Т. Стадник
(подпись)

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

Б1.В.ОД.9 БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ
По направлению подготовки

**35.03.07 Технология производства и переработки
сельскохозяйственной продукции (уровень бакалавриата)**

Новосибирск 2017

Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
<i>Раздел 1. Понятие и сущность планирования и бизнес планирования.</i>			
1. 1	Понятие и сущность планирования.	ПК-7 ПК-10 ПК-1 ПК-17	Доклад, собеседование, тестирование.
1. 2	Бизнес-планирование: цели, задачи, преимущества	ПК-7 ПК-10 ПК-1 ПК-17	Доклад, собеседование, тестирование.
1. 3	Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи.	ПК-7 ПК-10 ПК-1 ПК-17	Доклад, собеседование, тестирование, Деловая (ролевая) игра «Создание развивающей игрушки»
<i>Раздел 2. Организация планирования бизнеса.</i>			
2. 1	Технология бизнес- планирования.	ПК-7 ПК-10 ПК-1 ПК-17	Доклад, собеседование, тестирование, контрольная работа, групповое творческое задание, деловая (ролевая) игра «Предприниматель и организация».
2. 2	Основные элементы бизнес- планирования.	ПК-7 ПК-10 ПК-1 ПК-17	Доклад, собеседование, тестирование, контрольная работа, групповое творческое задание, деловая (ролевая) игра «Предприниматель и организация».
<i>Раздел 3. Основные разделы типового бизнес плана.</i>			
3. 1	Аналитические разделы типового бизнес-плана.	ПК-7 ПК-10 ПК-1 ПК-17	Доклад, собеседование, тестирование, контрольная работа.
3. 2	Ключевые разделы типового бизнес-плана.	ПК-7 ПК-10 ПК-1 ПК-17	Доклад, собеседование, тестирование, контрольная работа.

ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ
Кафедра менеджмента

Темы докладов

К Теме №1

1. Роль бизнес-планирования при организации нового предприятия.
2. Формы планирования на российских предприятиях.
3. Бизнес-план как инструмент выживания фирмы в российской экономике.
4. Учредительные документы предприятия.
5. Оформление и стиль бизнес-плана.

К Теме №2

1. Роль предпринимательской идеи в повышении эффективности деятельности фирмы.
2. Особенности бизнес-плана для малого предприятия.
3. История развития бизнеса в России.
4. Психологические особенности лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью.
5. Взаимосвязь стратегического менеджмента и бизнес-планирования.
6. История создания (любой выбранной студентом) организации.

К Теме №3

1. Организация процесса бизнес-планирования на предприятии.
2. Стадии процесса бизнес-планирования.
3. Бизнес-идея. Источники новых идей.
4. Роль, практика и неиспользуемые возможности бизнес-планирования в РФ.
5. Основные причины, вызывающие потребности в разработке бизнес-плана деятельности предприятия.
6. Отличие бизнес-плана от других плановых документов.

К Теме №4

1. Использование возможностей компьютера при разработке бизнес-плана.
2. Особенности бизнес-плана инвестиционного проекта.
3. Виды исходной информации для составления бизнес-плана.
4. Конкурентная ситуация на российском рынке розничной торговли.
5. Достоинства и недостатки бизнес-планов, разрабатываемых на российских предприятиях.

К Теме №5

1. Инвестиционный план (проект).
2. Значение финансового планирования для управления предприятием.
3. Жизненный цикл проекта.
4. Оценка внутренней и внешней среды бизнеса.
5. Виды маркетинговых стратегий, применяемых при планировании бизнеса.

К Теме №6

1. Анализ маркетинговой среды предприятия.
2. Конкурентная ситуация на российских рынках промышленного производства.
3. Направления использования целевых бизнес-планов в российской экономике.
4. Бизнес-план инновационного проекта.
5. Организационные проблемы создания предприятий.
6. Метод SWOT-анализа при разработке бизнес-плана.

К Теме №7

1. Финансовое состояние российских предприятий.
2. Проблемы составления целевых бизнес-планов.
3. Бизнес-план услуг.
4. Оценка риска и страхование в бизнес-планировании.

Критерии оценки:

Преподаватель имеет право установить иную шкалу оценки для данного вида КИМ.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, при выполнении поставленной задачи с предоставлением доклада и ответом на дополнительные вопросы;
- оценка «хорошо» при выполнении поставленной задачи с докладом без ответов на дополнительные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» при выполнении поставленной задачи без доклада;
- оценка «неудовлетворительно» при отсутствии выполненного задания.

Составитель:

Е.И. Мочалова

«_____» _____ 2017 г.

Вопросы для собеседования

Тема 1. Бизнес-планирование: цели, задачи, преимущества.

1. Сущность бизнес-планирования, понятие бизнес-план, его основные приоритеты.
2. Этапы бизнес-планирования.
3. Внутрифирменное планирование: стратегическое, тактическое и оперативное планирование.
4. Задачи бизнес-планирования.
5. Кто и на какой срок разрабатывает бизнес-план.
6. Функции бизнес-планирования.
7. Принципы бизнес-планирования.

Тема 2. Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи

1. Предпосылки бизнес-планирования.
2. Потребители бизнес-планов.
3. Предпринимательские идеи.
4. Накопление и анализ предпринимательских идей.

Тема 3. Организация планирования бизнеса.

1. Организация процесса бизнес-планирования на предприятии.
2. Стадии процесса бизнес-планирования.
3. Бизнес-идея. Источники новых идей.
4. Роль, практика и неиспользуемые возможности бизнес-планирования в РФ.
5. Основные причины, вызывающие потребности в разработке бизнес-плана деятельности предприятия.
6. Отличие бизнес-плана от других плановых документов.

Тема 4. Технология бизнес-планирования.

1. Определение миссии (философия, видение предприятия) организации.
2. Ценностные ориентации организации.
3. Определение целей разработки бизнес-плана.
4. Требования к формулированию целей фирмы.
5. Процесс постановки и изменения целей компании.
6. Внешние и внутренние факторы влияющие на формирование целей организации.

Тема 5. Основные элементы бизнес-планирования.

1. Разработка структуры бизнес-плана
2. Особенности разработки бизнес-плана.
3. Общая структура бизнес-плана.

4. Характерные ошибки при составлении разделов бизнес-плана.
5. Модели бизнес-планов.

Тема 6. Аналитические разделы типового бизнес-плана.

1. Титульный лист, оглавление, меморандум конфиденциальности, резюме бизнес-плана.
2. История бизнеса организации (описание отрасли), характеристика объекта бизнеса организации.

Тема 7. Ключевые разделы типового бизнес-плана.

1. План маркетинга
2. План производства.
3. Организационный план.
4. Финансовый план.
5. Анализ рисков и страхование.

Преподаватель имеет право установить иную шкалу оценки для данного вида КИМ.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, при полном ответе на поставленный вопрос;
- оценка «хорошо» при полном ответе на поставленный вопрос с некоторыми недочетами;
- оценка «удовлетворительно» при частичном ответе на поставленный вопрос;
- оценка «неудовлетворительно» при отсутствии ответа на поставленный вопрос.

Составитель:

Е.И. Мочалова

«_____» _____ 2017 г.

Тесты для контроля остаточных знаний

1. Бизнес-план - это:
 - А. совокупность нормативных документов, регламентирующих деятельность фирмы
 - В. рабочий документ, представляющий собой общую стратегию деятельности фирмы на определенном рынке
2. Бизнес-план необходим:
 - А. при разработке проектов создания самостоятельных организаций, вышедших из состава фирм подразделений, для которых работа без бизнес-плана чревата слишком большим риском разорения
 - В. при разработке бизнес-предложений на переговорах с возможными инвесторами, будущими партнерами, при осуществлении эмиссии ценных бумаг.
 - С. при подготовке заявок существующих и создаваемых фирм на получение кредитов в банках
 - Д. при ликвидации фирмы
 - Е. при смене организационно-правовой формы фирмы
3. На какой срок разрабатывается бизнес-план:
 - А. три-пять лет
 - В. более пяти лет
 - С. на один год
4. Каким должен быть объем титульного листа:
 - А. одна страница
 - В. две-три страницы
 - С. не ограничен
5. Какие из приведенных данных не указываются на титульном листе:
 - А. сущность и цель предлагаемого проекта
 - В. плановый период, на который рассчитан бизнес-план
 - С. наименование предприятия
 - Д. список исполнителей
 - Е. ожидаемые результаты реализации проекта
 - Ф. стоимость проекта и потребность в финансировании
 - Г. возможные источники финансирования и условия кредитования
 - Н. организационная структура предприятия

6. Для характеристики организационной структуры предприятию необходимо рассмотреть:
- А. основные подразделения и их функции
 - В. распределение обязанностей между подразделениями по организации и развитию коммерческой (производственной) деятельности, методы и формы взаимодействия подразделений
 - С. техническую обеспеченность подразделений
 - Д. новые функции, виды работ, обязанности, вытекающие из целей организации
 - Е. применяемую систему оплаты труда работников
7. При описании продукции фирмы в бизнес-плане основное внимание уделяется:
- А. видам реализуемой продукции и оказываемым услугам
 - В. конкурентоспособности работ и услуг
 - С. доходности отдельных видов продукции, применяемым технологиям производства и тарифной политике
 - Д. заинтересованности потребителей в продукции
8. Тенденции развития рынка характеризуются следующими показателями:
- А. долей фирмы в общем объеме рынка
 - В. реализация (производство) новых видов продукции на рынке
 - С. прогнозируемым ростом объемов реализации в ближайшие 10 лет
 - Д. прогнозируемыми ценами на продукцию (работы и услуги)
9. Сегментирование рынка - это:
- А. деятельность по классификации потенциальных потребителей продукции в соответствии с количественной и качественной структурой спроса или их признаками, влияющими на спрос.
 - В. деятельность по обслуживанию потребителей продукции в соответствии с количественной и качественной структурой спроса
10. При исследовании рынков потребительских товаров рекомендуется учитывать следующие признаки:
- А. психологический
 - В. политический
 - С. культурный
 - Д. географический или территориальный
 - Е. демографический
 - Е. социологический
11. Современная теория конкурентоспособности выделяет два типа конкурентных преимуществ:

- А. высокая цена реализации
- В. диверсификация
- С. более низкие издержки
- Д. специализация
- Е. интеграция

12. Маркетинг - это:

- А. система принятия хозяйственных, технических и организационных решений, ориентированная в первую очередь на удовлетворение потребностей потребителей продукции, работ и услуг и максимизацию прибыли фирмы
- В. система реализации продукции на основе всестороннего изучения рынка и организации производства в соответствии с динамикой реального спроса на продукцию, работу и услуги фирмы

13. При описании стратегии маркетинга необходимо ответить на такие вопросы:

- А. какая группа заказчиков будет планироваться для первоначальной реализации продукции, работ и услуг и для дальнейших действий по сбыту
- В. как будут определяться потенциальные инвесторы и устанавливаться контакт с ними
- С. какие характерные свойства продукции, работ и услуг следует подчеркнуть, чтобы заказчик решил приобретать их
- Д. какие объемы инвестиций будут привлечены и на каких условиях

14. Основные элементы стратегии маркетинга должны включать в себя:

- А. выявление конкурентов
- В. тарифную политику
- С. методы стимулирования сбыта и рекламу
- Д. формирование общественного мнения о фирме и её продукции
- Е. планирование объемов производства и реализации

15. Стратегия выживания при ценообразовании являются:

- А. реализация по любой цене, не выходящей за нижнюю границу применения тарифов
- В. завоевание лидерства по доле рынка
- С. получение максимальной прибыли в кратчайший срок или в течение значительного периода
- Д. завоевание лидерства по качеству продукции

16. Методы установления цен и тарифов наиболее часто сводятся к двум подходам:

- A. индивидуальный подход к каждому потребителю
 - B. установление тарифов по конъюнктуре рынка
 - C. установление цен по себестоимости
 - D. произвольное установление цен
17. К коммерческому виду риска относятся:
- A. низкие объёмы реализации продукции
 - B. противодействие конкурентов
 - C. предварительная оценка рентабельности работ
 - D. неплатежи за продукцию
18. Внутрифирменный риск включает в себя:
- A. падение спроса на продукцию
 - B. ошибки менеджеров
 - C. неудовлетворительное выполнение заказчиками договорных условий
 - D. утечка коммерческой информации
 - E. недовольство работников фирмы
 - F. изменение цен на топливно-энергетические и другие ресурсы
19. Разработка финансового плана направлена на решение следующих задач:
- A. фондами, поставщиками, потребителями
 - B. обеспечение предприятия автомобильного транспорта финансовыми ресурсами для гарантирования устойчивой, четкой, конкурентоспособной работы
 - C. определение источников и направлений движения материальных ресурсов
 - D. формирование и развитие финансовых взаимоотношений предприятия с федеральным и местным органами управления, банками, инвестиционными
20. Финансовый план содержит следующие разделы:
- A. план материально-технического снабжения
 - B. план доходов и расходов
 - C. план денежной наличности
 - D. балансовый план
 - E. график безубыточности
 - F. инвестиционный план
21. Актив баланса включает в себя:
- A. источники собственных средств
 - B. расчеты и прочие пассивы
 - C. денежные средства, расчеты и прочие активы
 - D. запасы и затраты
 - E. основные средства и прочие внеоборотные активы

22. Структурная схема проведения экспертизы бизнес-плана потенциальными инвесторами включает в себя следующие разделы:

- А. оценка бизнес-плана
- В. менеджмент
- С. маркетинг
- Д. оценка АТП
- Е. финансы

23. Структурная схема оценки выполнения бизнес-плана включает в себя:

- А. контроль запасов
- В. контроль доходов
- С. контроль качества
- Д. производственный контроль
- Е. контроль продаж
- Ф. контроль персонала

24. Корректировка бизнес-плана производится при изменении следующих внутренних факторов:

- А. новые требования потребителя
- В. появление новых технологий
- С. изменение политики конкурентов
- Д. изменение в руководящем составе
- Е. финансовое состояние
- Ф. корректировка целей и задач
- Г. смена поставщиков

25. Контрольно-оценочная система бизнес-плана должна отвечать таким требованиям как:

- А. оперативность
- В. надежность
- С. измеримость показателей
- Д. сложность
- Е. технологичность

26. Контроль расходов при выполнении бизнес-плана:

- А. предусматривает количественную оценку качественных параметров продукции
- В. необходим для оценки поступления денежных средств от продажи продукции
- С. предназначен для оценки денежных платежей, связанных с расходами на заработную плату, приобретение товарно-материальных ценностей, рекламу, уплату налогов, страхование и другие цели

27. Показатели оценки коммерческой деятельности, отражающиеся в финансовом плане – это:

- А. рентабельность
- В. административные расходы
- С. наличность денежных средств
- Д. производительность труда
- Е. мотивация
- Ф. представление о предприятии

Преподаватель имеет право установить иную шкалу оценки для данного вида КИМ.
Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если количество правильных 85-100%;
- оценка «хорошо» выставляется студенту если количество правильных ответов 68-84%;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту если количество правильных ответов 50-67%;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту если количество правильных ответов менее

50%.

Составитель:
Е.И. Мочалова

«_____» _____ 2017 г.

Перечень тем контрольных работ

1. Понятие "бизнес-планирование" и его место в общей системе планирования на предприятии.
2. Цели, задачи и функции бизнес - планирования.
3. Структура бизнес - плана. Информация необходимая для составления бизнес-плана, ее сбор и корректировка.
4. Формирование стратегии предприятия: основные подходы.
5. Конкурентоспособность и методы ее оценки.
6. Методы ценообразования и ценовая политика.
7. Анализ рисков и страхование при бизнес - планировании.
8. Основные характеристики этапов жизненного цикла товаров и ответные реакции производителей.
9. Анализ внешней и внутренней среды организации.
10. Анализ производственных возможностей фирмы в реализации идеи проекта.
11. Оценка конкурентоспособности.
12. Условно-постоянные и условно-переменные затраты.
13. Оценка рынков сбыта.
14. Сегментация рынка по группам потребителей. Критерии сегментации.
15. Сегментация рынка по группам товаров.
16. Политика ценообразования. Типы ценовой политики.
17. Система товаропродвижения и сбыта. Система стимулирования продаж.
18. Разработка организационного плана.
19. Финансовый план.
20. Понятие и виды предпринимательского риска. Методы снижения риска.
21. Оценка предпринимательского риска. Методы снижения риска.

22. Бизнес-план инновационного проекта.
23. Проблемы составления целевых бизнес-планов
24. Особенности управленческого бизнес-плана.
25. Проблемы корректировки бизнес-плана.
26. Конкурентоспособность предприятия в рыночной экономике.
27. Значение финансового планирования для управления предприятием.
28. Организационные проблемы создания предприятий.
29. Анализ маркетинговой среды предприятия.
30. Конкурентная ситуация на российском рынке розничной торговли.
31. Достоинства и недостатки бизнес-планов, разрабатываемых на российских предприятиях.
32. Виды исходной информации для составления бизнес-плана.
33. Роль бизнес - планирования при организации нового предприятия.
34. Формы планирования на российских предприятиях.
35. Стратегическое планирование.
36. Роль предпринимательской идеи в повышении эффективности деятельности фирмы.
37. Особенности бизнес-плана для малого предприятия.
38. План маркетинга.

Преподаватель имеет право установить иную шкалу оценки для данного вида КИМ.
Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если количество правильных 85-100%;
- оценка «хорошо» выставляется студенту если количество правильных ответов 68-84%;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту если количество правильных ответов 50-67%;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту если количество правильных ответов менее

50%.

Составитель
Е.И. Мочалова

« ____ » _____ 2017 г.

ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ

Темы групповых и индивидуальных творческих заданий

Групповые творческие задания (проекты):

- 1 Рассмотрение жизненного цикла товаров.
- 2 Разработка рекламной компании выбранной продукции.

Индивидуальные творческие задания (проекты):

- 1 Разработка бизнес - идеи создания собственного бизнеса, название организации.
- 2 Разработка товаров, услуг, предлагаемых организацией.
Портрет клиента. Выбор местоположения организации.
- 3 Анализ конкурентов

Критерии оценки:

Преподаватель имеет право установить иную шкалу оценки для данного вида КИМ.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, при выполнении всех поставленных задач на 85-100%;;
- оценка «хорошо» при выполнении всех поставленных задач на 68-84%;
- оценка «удовлетворительно» выполнении всех поставленных задач на 50-67%;
- оценка «неудовлетворительно» при невыполнении поставленных задач менее чем на 50%.

Составитель:

Е.И. Мочалова

«_____» _____ 2017 г.

**Деловая (ролевая) игра
«Создание развивающей игрушки»**

1 Тема (проблема) **«Создание развивающей игрушки»**

2 Концепция игры: Игрой руководит преподаватель (бизнес - тренер), который доводит до сведения студентов цели, задачи и порядок проведения игры. Группа разбивается на микро группы.

Каждая микро группа (предприятие) должна придумать развивающую игрушку, создать опытный образец из имеющихся ресурсов, рассчитать затраты на производство, продемонстрировать свой продукт (провести рекламную кампанию).

После чего каждый из участников группы, становится потенциальным покупателем, и принимает решение о выборе понравившегося образца.

При этом у каждого из участников одинаковый, заранее установленный денежный ресурс и выбрать можно любой образец (образцы), за исключением собственного – в работе над которым он принимал участие.

3 Роли:

Группа разбивается на микрогруппы (по 5 человек)

- директор;
- бухгалтер;
- маркетолог;
- менеджер по общим вопросам.

4 Ожидаемый результат: Выявить, активизировать и развить творческие способности личности, мотивировать студентов на проведение занятий с применением активных методов обучения в процессе создания развивающей игрушки, смоделировать процесс организации производства и реализации товара (развивающей игрушки), выявить психологические особенности группы, лидеров, генераторов идей, ведущих и ведомых, создать микрогруппы для проведения занятий по Бизнес-планированию

Критерии оценки:

Преподаватель имеет право установить иную шкалу оценивания для данного вида КИМ.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, при выполнении всех поставленных задач на 85-100%;;
- оценка «хорошо» при выполнении всех поставленных задач на 68-84%;
- оценка «удовлетворительно» выполнении всех поставленных задач на 50-67%;
- оценка «неудовлетворительно» при невыполнении поставленных задач менее чем на 50%.

Составитель:

Е.И. Мочалова

« ____ » _____ 2017 г.

**Деловая (ролевая) игра
«Предприниматель и организация»**

1 Тема (проблема) **«Предприниматель и организация»**

2 Концепция игры. Игра является моделью процесса организации предприятия. Цель участников – создание наиболее актуальной и запоминающейся концепции хозяйственной деятельности. Каждая команда должна решить следующие задачи:

- выбор хозяйственной деятельности;
- выбор организационно – правовой формы;
- разработка учредительных документов;
- разработка фирменного стиля;
- экспертиза результатов работы команд – соперников.

Игрой руководит администрация (жюри) – по одному представителю от микрогруппы под руководством администратора - преподавателя (преподавателей).

Необходимое время для проведения игры – 3 занятия.

3 Роли:

Группа разбивается на микрогруппы

- руководителя (президента);
- заместителя руководителя (президента);
- рабочей группы по разработке учредительных документов;
- рабочей группы по разработке фирменного стиля.

4 Ожидаемый результат: активизация и закрепление знаний студентов, приобретенных при изучении дисциплины, выработка навыков принятия практического решения на игровых этапах «создания» и «развития деятельности» организации, ознакомление с основными правовыми и учредительными документами, регламентирующими основы предпринимательской деятельности в РФ.

Критерии оценки:

Преподаватель имеет право установить иную шкалу оценивания для данного вида КИМ.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, при выполнении всех поставленных задач на 85-100%;;
- оценка «хорошо» при выполнении всех поставленных задач на 68-84%;
- оценка «удовлетворительно» выполнении всех поставленных задач на 50-67%;
- оценка «неудовлетворительно» при невыполнении поставленных задач менее чем на 50%.

Составитель:

Е.И. Мочалова

« ____ » _____ 2017 г.

Список вопросов для подготовки к зачету

1. Понятие "бизнес-планирование" и его место в общей системе планирования на предприятии.
2. Отличия бизнес плана от других плановых документов.
3. Цели и задачи бизнес планирования.
4. Функции бизнес планирования.
5. Принципы бизнес планирования.
6. Потребители бизнес планов.
7. Предпосылки бизнес планирования.
8. Структура типового бизнес плана.
9. Информация, необходимая для составления бизнес-плана, ее сбор и корректировка.
10. Формирование миссии предприятия: основные подходы
11. Обоснование выбора стратегии развития бизнеса по методике SWOT-анализ
12. Содержание фаз жизненного цикла товаров.
13. Последовательность составления бизнес-плана
14. Конкурентоспособность и методы ее оценки. Модель "5 сил М. Портера".
15. Методы ценообразования и ценовая политика.
16. Определение потребности в инвестициях и источники их финансирования. Собственные и заемные источники финансирования.
17. Оценка реализуемости инвестиционного проекта в целом.
18. Общественная (социально-экономическая) эффективность проекта.
19. Экологическая оценка инвестиционных проектов.
20. Резюме бизнес плана, правила составления.
21. Источники формирования идеи проекта.
22. Основные характеристики этапов жизненного цикла новых товаров и ответные реакции производителей.

23. Анализ внешней среды проекта
24. Анализ внутренней среды проекта.
25. Анализ производственных возможностей фирмы в реализации идеи проекта.
26. Оценка конкурентоспособности.
27. Оценка стоимости проекта (инвестиций).
28. Источники финансирования.
29. Оценка рынка сбыта.
30. Сегментация рынка по группам потребителей. Критерии сегментации.
31. Сегментация рынка по группам товаров.
32. Политика ценообразования. Типы ценовой политики.
33. Система товаропродвижения и сбыта. Система стимулирования продаж.
34. План маркетинга.
35. План производства.
36. Планирование себестоимости единицы продукции.
37. Разработка организационного плана.
38. Финансовый план.
39. Основные показатели экономической эффективности проекта.
40. Понятие и виды предпринимательского риска.
41. Метод снижения риска.
42. Зоны риска.