

Департамент образования Белгородской области
ОГАПОУ «Старооскольский техникум технологий и дизайна»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

ОП.08 ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**Специальность: 29.02.04 Конструирование, моделирование и
технология швейных изделий**

на базе основного общего образования

2021 г.

Методические рекомендации по проведению практических занятий по дисциплине ОП.08 Основы предпринимательства разработаны на основе рабочей программы учебной дисциплины для специальности 29.02.04 Конструирование, моделирование и технология швейных изделий среднего профессионального образования (далее - СПО), входящей в состав укрупненной группы специальностей 29.00.00 Технологии легкой промышленности.

РАССМОТРЕНО
на заседании ЦМК
Протокол № 1 от «31 » августа 2021 г.
Председатель ЦМК
_____ Л.В. Подкопаева

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора по УМР
_____ О.В. Кривошеева

Организация-разработчик:
ОГАПОУ «Старооскольский техникум технологий и дизайна»

Разработчик:
**Провоторова Е. М. - преподаватель специальных дисциплин
ОГАПОУ «Старооскольский техникум технологий и дизайна»**

СОДЕРЖАНИЕ

	Введение
1.	Цели и задачи практических занятий.
2.	Основные требования к оформлению и защите практических занятий.....
3.	Тематика и содержание практических занятий
	Используемая литература.....

Введение

Дисциплина «Основы предпринимательства» позволяет формировать у обучающихся представления о действующих правовых нормах, регулирующих общественные отношения в сфере предпринимательской деятельности, содержащиеся в различных отраслях российского права, в получении представления об основных понятиях и категориях предпринимательского права, о системе государственных органов, защищающих права и законные интересы предпринимателей, о порядке обращения в такие органы, а также об особенностях правового положения отдельных организационно - правовых форм предпринимательской деятельности.

Дисциплина «Основы предпринимательства» занимает важное место в общей системе профильной подготовки выпускника, являясь своего рода мостом, связывающим общенаучные и общеобразовательные дисциплины с профильными для будущего специалиста курсами.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- определить свои возможности в предпринимательской деятельности;
- использовать знания основ предпринимательства для организации своего дела;
- разрабатывать бизнес-план предприятия;
- анализировать конкретные ситуации повседневной деловой жизни;
- систематизировать и обрабатывать быстро изменяющуюся экономическую информацию, необходимую для принятия правильных деловых решений;
- ориентироваться в быстро изменяющейся рыночной конъюнктуре и своевременно изменять направления своего предпринимательства;
- добиваться эффективных результатов предпринимательской деятельности, ее прибыльности и прогрессивности, проявляя при этом деловую и инвестиционную активность.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**

- коммерческо-деловую терминологию, отвечающую современным нормам предпринимательства;
- начальный объем информации, необходимой предпринимателю, а именно: основы законодательства (гражданского, трудового, налогового и др.), основы экономики предприятия; понятие о капитале;
- о формах его существования и движения, финансово-кредитного дела, системы учета и отчетности и т. п.;
- необходимую информацию о правовых и экономических аспектах создания собственного предприятия; возможные проблемы и трудности, с которыми сталкивается предприниматель в ходе своей деятельности, особенно на начальном этапе, в тех, или иных, конкретных условиях;
- актуальные вопросы развития предпринимательства в России и его зарубежный опыт.

На освоение дисциплины, согласно базовому учебному плану отведено:
обязательной аудиторной учебной нагрузки (всего): 48 часов,
в том числе практических занятий: 8 часов.

1. Цели и задачи практических занятий

Основной целью практических занятий по дисциплине «Основы предпринимательства» является овладение обучающимися общими представлениями, умениями и навыками в области предпринимательства, необходимыми в процессе становления конкурентоспособного специалиста, а также в системе социальных отношений.

Достижение данной цели предполагает решение следующих задач:

- определение своих возможностей в предпринимательской деятельности;
- выполнение анализа конкретных ситуаций повседневной деловой жизни;
- своевременная ориентация в быстро изменяющейся рыночной конъюнктуре и своевременное изменение направления своего предпринимательства;
- систематизация и отработка быстро изменяющейся экономической информации, необходимой для принятия правильных деловых решений.

Практические занятия направлены на усвоение обучающимися предмета, задач, методов основ предпринимательства; коммерческо-деловой терминологии, отвечающей современным нормам предпринимательства.

Практические занятия направлены на формирование следующих умений обучающихся: разрабатывать бизнес-план предприятия; добиваться эффективных результатов предпринимательской деятельности, ее прибыльности и прогрессивности, проявляя при этом деловую и инвестиционную активность.

Практические занятия направлены на овладение обучающимися методикой расчета наиболее важных экономических коэффициентов и показателей деловой активности, важнейшими методами анализа оценки эффективности бизнеса; навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по экономической проблематике.

Приступая к занятиям, обучающийся должен изучить методические рекомендации к практической работе.

Каждое практическое занятие рассчитано на небольшое количество часов (2-4 часа), поэтому от обучающегося следует ожидать сосредоточенности, хорошей трудовой дисциплины и понимания значения полученных в ходе исследований знаний для овладения специальностью.

2. Основные требования к оформлению и защите практических занятий

К практическим занятиям предъявляется ряд требований, основным из которых является полное, исчерпывающее описание всей проделанной работы, позволяющее судить о полученных результатах, степени выполнения заданий и профессиональной подготовке обучающихся.

В каждом практическом занятии определена его цель, приведены основные понятия, указаны задания к выполнению работы.

Работы выполняются индивидуально в тетради для практических работ. По окончании занятия обучающийся обязан привести рабочее место в порядок, затем оформить отчет в тетради по каждой работе отдельно.

Отчет должен содержать:

- название темы, цель занятия и порядок ее выполнения;
- содержание занятия;
- выводы по полученным результатам.

После оформления отчета и теоретической защиты обучающийся получает зачёт по данному практическому занятию.

Защита включает в себя демонстрацию результатов выполнения задания с необходимыми объяснениями, а также собеседование по теории (ответы на вопросы).

Работа должна быть защищена не позднее занятия, следующего за тем, на котором было выдано задание.

3. Тематика и содержание практических занятий

Практическое занятие № 1. Деловая игра: «Поиск бизнес-идей. Оценка бизнес-идей». Мозговой штурм по оценке бизнес-идей. (2 часа)

Практическое занятие № 2-3. Разработка бизнес-проекта. (4 часа)

Практическое занятие № 4. Защита бизнес-проекта. (2 часа)

Практическое занятие № 1

Деловая игра: «Поиск бизнес-идей. Оценка бизнес-идей». Мозговой штурм по оценке бизнес-идей

Цель занятия:

Развивать умения подбирать факты и аргументы для выдвижения, генерирования и оценки бизнес-идей.

Вопросы для подготовки к занятию:

1. Что, по-вашему, мнению можно считать источником формирования предпринимательских идей?
 - Товарный рынок.
 - Достижения науки и техники.
 - Новые возможности применения уже производимого товара.
 - Неосознанные потребителем или пока не удовлетворенные потребительские запросы.
2. Каких правил стоит придерживаться при генерации бизнес идеи?
 - не обязательно придумывать что-то глобально новое, достаточно улучшить существующее;
 - бизнес идея должна облегчить человеку жизнь;
 - придумывая идею нужно решать реальные проблемы, за решение которых потребители будут готовы заплатить.
3. Что, по-вашему, формирует предпринимательскую идею?
 - а) Знание определенного вида предпринимательской деятельности;
 - б) Знание внешних факторов, которые влияют на предпринимательскую деятельность;
 - в) Стремление реализовать свою жизненную цель, добиться признания общества;
 - г) Стремление постоянно увеличивать своё благосостояние и стать собственником;
 - д) Осознание необходимости работать на грани своих способностей;
 - е) Знание потенциальных рисков и умение управлять ими.

План занятия:

1. Просмотр видеофильма. После просмотра:
 - Рассмотреть предложения бизнес-консультантов по выдвижению и генерированию идей, сделать для себя соответствующие выводы.
 - Обсудить и взять на заметку способы выдвижения и генерирования идей.
 2. Обсудить критерии оценки бизнес-идей (приложения 1,2) и выбрать пять, особо значимых критериев из предложенных десяти и оценить свою идею и идеи конкурентов по 10 бальной шкале.
 3. Опишите вашу идею за 30 минут
- Сформулируйте основные положения вашей бизнес-идеи. Ответьте на вопросы:
- **Зачем вы это делаете?** Какие цели вы хотите достичь? Вы как-то пытаетесь улучшить жизнь людей? Что будет отличать ваш бизнес от других проектов, уже существующих на рынке? Сможет ли кто-то запустить аналогичный проект после вас, скопировав вашу идею?
 - **Какую проблему вы решаете?** Каким потребностям людей отвечает ваше предложение? Как собираетесь побуждать людей покупать продукт или услугу?
 - **Для кого вы решаете проблему?** Существуют ли люди, которые хотят решения этой проблемы? Знание того, кто ваш идеальный клиент и где его найти, имеет решающее значение для начала успешного бизнеса.
 - **Как ваши потенциальные клиенты решают свои проблемы сейчас?** Какой выбор есть у людей сегодня? С кем вам придется конкурировать? Почему люди

будут отказываться от привычных способов удовлетворения потребностей в пользу вашего предложения?

- **Сможете ли вы зарабатывать деньги, реализуя эту идею?** На этом этапе вам ещё не нужно беспокоиться о подробных финансовых прогнозах, но следует провести несколько простых расчетов, чтобы убедиться, что ваша идея может быть прибыльной.

Потратьте не более 30 минут на то, чтобы ответить на эти вопросы. Достаточно изложить мысли в объеме одной страницы. Это подготовка к следующим этапам, где вы будете тестировать бизнес-идею на состоятельность в реальном мире.

4. Оценка бизнес-идей по КАУФФМАНУ

Оцените каждый из ниже перечисленных факторов по шкале от 0 до 10, где 0 — полностью не привлекательный, а 10 — абсолютно привлекательный.

Критерий оценки	Балл
<u>Срочность.</u> Насколько срочно нужно потребителю то, что вы предлагаете	
<u>Размер рынка.</u> Сколько потребителей активно и часто платят за подобное тому, что вы предлагаете	
<u>Ценовой потолок.</u> Какова максимальная цена, которую потенциальный покупатель готов заплатить за товар, подобный вашему?	
<u>Расходы на привлечение потенциального покупателя.</u> Насколько легко привлечь потребителя? Сколько в среднем придется затратить сил и средств на то, чтобы заключить сделку?	
<u>Себестоимость продукции и доставки.</u> Сколько требуется потратить сил и средств на разработку продукта, производство и доставку конечному потребителю?	
<u>Уникальность предложения.</u> Насколько уникально ваше предложение в сравнении с аналогичными на рынке и как быстро его могут скопировать потенциальные конкуренты?	
<u>Скорость выхода на рынок.</u> Насколько быстро вы сможете создать нечто на продажу?	
<u>Объем первоначальных вложений.</u> Сколько потребуется вложить в дело, прежде чем вы готовы будете начать работу?	
<u>Возможность дополнительного предложения.</u> Что еще вы сможете продать потребителю вкуче с основным продуктом?	
<u>Постоянство.</u> Сколько придется поработать, чтобы, создав первоначальное предложение, функционировать дальше?	
ИТОГО	

Если вышло **меньше 50-ти баллов**, то, скорее всего, вам лучше отказаться от задуманного.

Если же **от 50 до 75** – прибыль выше затея, конечно, принесет, но для полного успеха придется изрядно попотеть, так что решайте, что для нас важнее.

Если **больше 75** — действуйте!

Вывод.

Приложение 1.

Схема принятия предпринимательского решения состоит из следующих этапов:

1 этап. Предприниматель принимает к рассмотрению несколько возможных идей

2 этап. Выявляются сущностные черты и содержание каждой идеи

3 этап. Каждая идея оценивается с точки зрения необходимых ресурсов, технологий, финансирования

4 этап. Идеи оцениваются с точки зрения конкретных действий, необходимых для реализации проекта (форма привлечения средств, порядок реализации производства и т.д.). Здесь же проводится стоимостная оценка этих действий

5 этап. Производится расчет вероятного экономического эффекта каждой идеи с учетом «худшей» и «лучшей» возможностей развития событий

6 этап. Проводится сравнение всех рассмотренных идей и выбирается одна, наиболее удачная

Приложение 2.

1. Объём рынка, на который вы собираетесь выходить. Подумайте, сколько у вашего товара или услуги может быть потенциальных покупателей. Чем больше их количество, тем более высокий балл вы можете присвоить идее.

2. Ценовой «потолок». Какова максимальная цена, которую потенциальный покупатель готов заплатить за товар, подобный вашему?

3. Уникальность предложения. Насколько уникально ваше предложение в сравнении с аналогичным на рынке и как быстро его могут скопировать потенциальные конкуренты?

4. Себестоимость продукта и доставки. Этот пункт связан с ценовым потолком, который покупатель готов отдать за продукт или услугу. Чем ближе себестоимость к ценовому потолку, тем меньшую прибыль вы рискуете получить.

5. Дополнительное предложение. Мало продать основной продукт, нужно ещё и предложить некоторые платные дополнения к нему.

6. Реалистичность данных взятых для анализа бизнес идеи
Часто при анализе бизнес идеи предприниматели используют не реалистичные цифры, а те, которые по их мнению более вероятны. На практике же оказывается, что цифры вовсе не отвечают действительности и бизнес попросту закрывается.

7. Срочность. Этот пункт напрямую связан с востребованностью товара. Насколько срочно потенциальному покупателю нужно то, что вы ему предлагаете? Если проблема, которую решают ваш товар или услуга, стоит остро и требует немедленного решения, это только плюс.

8. Конкурентоспособность идеи. На этом этапе идею стоит рассмотреть со всех сторон, причем анализу должна подвергнуться не только идея для бизнеса, но и уже существующий бизнес конкурентов.

9. Интерес целевой аудитории.

Любой продукт или услуга создаются для кого-либо. Нужно заранее обдумать для кого, и узнать будет ли им интересен товар или услуга. Узнать это можно различными способами, самым оптимальным и низкзатратным является опрос целевой аудитории посредством интернета

10. Прибыльность

Главная задача бизнеса, если не большая прибыль, то и не убыток (если говорить о некоммерческих организациях). Поэтому вероятный конечный финансовый результат нужно выводить уже на стадии бизнес идеи, а не при реализации бизнеса, когда уже ничего изменить нельзя.

Практическое занятие № 2-3

Разработка бизнес-проекта

Цель работы:

- разработать бизнес-проект для последующей презентации и защиты;
- способствовать формированию предпринимательских компетенций обучающихся.

Содержание работы:

1. Выполнить теоретическую часть разделов бизнес-плана малого предприятия:
 - 1.1. Описание продукта (услуги);
 - 1.2. Изучение рынка;
 - 1.3. Оценка конкурентов;
 - 1.4. Стратегия маркетинга.
 - 1.5 . Производственный план.
 - 1.6. Организационный план.
 - 1.7. Финансовый план.
 - 1.8. Оценка рисков.

Вывод.

Вопросы для подготовки к занятию:

1. Что оценивается и прогнозируется в бизнес-плане?
2. На какой период времени рассчитан бизнес-план?
3. Что может оценивать предприниматель посредством бизнес-плана?
4. Какие основные разделы включает в себя бизнес-план?

Методические рекомендации:

1. Основные разделы бизнес-плана обучающиеся изучают по литературе, образцам. Наибольшее внимание обучающиеся уделяют анализу главных проблем, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяют основные способы их решения.
2. Каждый обучающийся самостоятельно выбирает вид деятельности, по которому планируется работа.
3. Первый раздел бизнес-плана – это описание продукта (услуги), который предприятие собирается производить. В этом разделе необходимо ответить на следующие вопросы:
 - какие потребности призван удовлетворять продукт (услуга);
 - какой полезный эффект можно получить от товара (услуги);
 - чем отличается продукт от товара конкурента.
4. Во втором разделе бизнес-плана следует обратить внимание на следующее:
 - насколько часто и охотно покупатели приобретают товар или обращаются за услугой;
 - кто именно покупает товар или обращаются за услугой;
 - как реагируют покупатели на цену товара (услуги).

5. Третий раздел бизнес-плана посвящается анализу конкурентов. В нём необходимо ответить на следующие вопросы:

- кто является конкурентом фирмы сегодня и в каком состоянии его дела: стабильны, на подъёме или идут на спад;
- каковы отличия товара (услуги) фирмы от аналогичных товаров (услуг) конкурентов;
- каковы шансы и возможности появления новых конкурентов;
- в чём фирма рассчитывает их превзойти.

6. Четвёртый раздел – это план маркетинга. Обучающимся следует обратить внимание на следующие элементы:

- схему распространения товара: самостоятельно, через магазины и т.д.;
- ценообразование: как будет определяться цена товара (услуги), какую прибыль планируется получить и т.д.;
- рекламу: сколько средств можно выделить на рекламу, в какой форме и какими средствами рекламировать бизнес;
- методы стимулирования потребителей;
- формирование и поддержание хорошего мнения о бизнесе: как и какими средствами фирма будет добиваться устойчивой репутации своих товаров (услуг) и самой фирмы.

7. Производственный план содержит:

- Общие сведения о предприятии
- Технология и уровень квалификации исполнителей
- Кадровое обеспечение
- Объем производства
- Расходы на персонал, сырье, смете текущих затрат.
- Расчет переменных и постоянных издержек

8. Организационный план включает в себя:

- Описание руководящей группы
- Организационная структура
- Механизм поддержки и мотивации
- Правовое обеспечение

9. Финансовый план должен быть согласован с материалами, представленными в остальных частях бизнес-плана, поскольку в нем обобщаются и представляются в стоимостном выражении все разделы бизнес-плана.

В финансовый план должны включаться:

- Затраты подготовительного периода
- Затраты текущего (основного) периода
- Расчет поступлений от проекта
- Затраты, связанные с обслуживанием кредита (лизинга)
- Расчет налоговых платежей
- Другие поступления и выплаты
- Отчет о прибылях и убытках
- Поток реальных денег

10. В разделе «Оценка рисков» требуется оценить, какие риски наиболее вероятны для проекта и во что они в случае их реализации могут обойтись

Ответ на вопрос, как минимизировать риски и возможные потери от них, должен состоять из двух частей: описание организационных мер профилактики рисков и изложение программы самострахования или внешнего страхования.

В заключение обучающиеся должны иметь готовый план действий по достижению поставленной цели. Разработка бизнес-плана даёт возможность трезво оценить предприятие, выяснить его слабые и сильные стороны, определить, что потребуется для осуществления его

деятельности, предвидеть возможные трудности, не дать им перерасти в серьёзную проблему, докопаться до причин затруднений, а значит, найти пути их устранения.

Практическое занятие № 4

Защита бизнес-проекта

Цель занятия:

- научиться представлять и защищать бизнес-проекты;
- научиться отстаивать свою точку зрения, аргументировать свои доводы.

Вопросы для подготовки к занятию:

1. Почему презентация важна для успеха бизнес-плана?

Не все предприниматели уделяют должное внимание подготовке презентации к бизнес-плану. Это ошибка. Информация, размещённая на слайдах, – то, чему инвесторы уделяют наибольшее внимание в момент ознакомления с бизнес идеей, поэтому их разработку нельзя пускать на самотёк.

Важно представлять, для каких целей создают презентацию. Нужно помнить, что она разрабатывается для того, чтобы убедить слушателей – проект бизнес-плана, для которого делалась презентация, будет прибыльным, и в него стоит вкладывать средства.

2. Структура презентации бизнес-проекта: основные разделы

Составление презентации к бизнес-плану начинается с определения её структуры, последовательности слайдов. Далее будут представлены разделы, обязательные к рассмотрению, в их логичном порядке.

1. Услуга компании (или её продукция)

Для начала необходимо рассказать, какой продукт (услуга) будет изготавливаться. На слайдах размещаются его фотографии. Заостряется внимание на том, в чём заключаются его сильные стороны. Не лишним также упомянуть технологию изготовления, её уникальность. Если это товар, а не услуга, подробнее останавливаются на материалах: где они будут закупаться, в каком количестве, какие поставщики предлагают наиболее выгодные цены.

Если товар или услуга является инновацией, нужно заострить на этом внимание и объяснить, в чём её суть.

Основная информация, которая указывается на слайдах, берётся из раздела бизнес-плана «Описание продукции (услуги)».

2. Потенциальные клиенты и конкуренты на рынке

В этом разделе на слайдах очерчивается целевой сегмент на рынке и портрет потенциального покупателя. Все данные, необходимые для этого, есть в маркетинговом плане проекта, который является одним из основных разделов бизнес-плана. На их основании указывается краткая информация о:

- цене, за которую продукт собираются продавать;
- ассортименте;
- стратегии развития;
- основных конкурентах;
- долях рынка у субъектах;
- преимущества рассматриваемого проекта перед конкурентами.

Лучше всего представить это в виде диаграмм на слайдах. Визуально числовая информация воспринимается легче всего.

3. Ознакомление с командой, реализующей стратегию бизнес-плана

Слайды, относящиеся к данной части, убеждают слушателя доклада в том, что подобранная команда способна создать бизнес не только на бумаге, но и на практике.

Представляется руководящий состав, который будет управлять его реализацией, а также исполнители. Упомянутся результаты, достигнутые во время работы над прошлыми проектами. Лучше всего сделать это в виде списков:

- что за проект;
- какой результат был достигнут;
- за какие сроки.

4. Необходимые объемы финансовых вливаний и последовательность их использования

Это один из наиболее важных разделов как в бизнес-плане, так и в презентации к нему. На слайдах указывается, какое количество средств проекту требуется, а также обосновывается, почему они нужны. После этого необходимо объяснить, как эти вложения будут использоваться, в каком порядке, а также когда вкладчик получит их обратно. Информация для создания таких слайдов берётся из финансового плана. Оттуда же берутся показатели, имеющие наибольшую весомость. Инвесторам обосновывается выгода от денежных вложений в проект и доказывается его эффективность. Кредиторам гарантируется возврат заёмных средств.

5. Условия для инвесторов и предполагаемый срок возврата инвестиций

Для инвестора наибольшее значение имеют два аспекта:

- доходность бизнеса – «как много денег он сможет получить, если вложит их в проект?»;
- его рискованность – «какова вероятность, что он потеряет свои вложения?».

Чтобы у потенциального инвестора были ответы на эти два вопроса, необходимо на слайдах представить соответствующие финансовые показатели, такие как:

- чистая приведенная стоимость, индекс рентабельности инвестиций,
- внутренняя норма рентабельности.

Необязательно указывать все расчёты показателей непосредственно на слайдах, так как они есть в заранее подготовленных документах. Однако нужно обосновать полученные цифры. Это покажет то, насколько серьёзно компания относится к бизнес-планированию.

6. Гарантия безопасности вложений для инвестора

Представление инвесторам любого из проектов должно давать им ответ не только касательно будущих доходов, но и объяснять, какую защиту получают их вложения. Данные для таких слайдов берутся из раздела бизнес-плана, посвящённого оценке рисков. Наиболее популярный способ защиты от них – это страхование.

На слайдах приводится анализ ситуации на страховом рынке и список компаний, которые подходят для страхования рассматриваемого проекта.

В данном случае важно отдавать себе отчёт в том, что если инвестор не получит полного представления о бизнесе и у него будут сомнения, вероятность получить финансирование существенно снижается.

3. Оформление презентации бизнес-плана

Наиболее популярной программой, к которой прибегает большинство пользователей, является Power Point. Она входит в пакет Microsoft Office, проста и удобна в использовании. Формат файлов PowerPoint поддерживается программным обеспечением, которое обычно устанавливается в офисах.

В ней есть большое количество шаблонов, в которых заранее удачно подобран фон, размер и тема шрифта и другие визуальные составляющие презентации. Пользователю остаётся только выбрать необходимую информацию, графики и фотографии.

Шаблонов в программе действительно большое количество, но для рабочей презентации стоит выбирать те, у которых дизайн наиболее нейтральный. В таком случае слайды, созданные в этой программе, представят собой удачное сочетание графической и текстовой информации.

4. Организация презентации бизнес-плана: типичные ошибки и эффективные решения:

1. Не стоит жертвовать информативной составляющей в пользу визуальной. Никто не оценит то, насколько эффектно выглядят слайды, если информацию на них невозможно будет прочитать. В особенности это касается дизайна.

2. Тратить слишком много или мало времени на проведение доклада. В этой ситуации самое лучшее решение – найти золотую середину, добиться того, чтобы каждый слайд был важен и интересен слушателю. Представлять бизнес идею кратко, но максимально информативно, чтобы у слушателей не осталось вопросов.

3. Разработать презентацию, но не подготовить выступление. Это серьёзная ошибка. Его нужно сделать таким, чтобы заинтересовать инвестора. По этой причине представление бизнес-плана компании можно доверять только тому человеку, который зарекомендовал себя хорошим оратором и сможет провести её наилучшим образом.

4. Недостаточно просто поместить текст на слайдах, нужно правильно его подать. Избегайте сплошного текста или одних списков. Вставляйте самые основные фразы и числа, которые заинтересуют инвестора.

5. Не размещать на слайдах графики и схемы. В первую очередь это должна быть наглядная демонстрация, поэтому в докладе должна быть визуальная составляющая. Не вставляйте ненужные картинки и фотографии, лишь бы заполнить пустующее пространство на слайдах.

Человек, выслушавший доклад, должен быть в состоянии составить мнение о проекте. В интересах предпринимателя, чтобы это мнение было положительным, поэтому проводить презентацию бизнес-плана компании должен хорошо подготовленный работник, умеющий убеждать.

План занятия:

1. Защита бизнес – проекта.

Выводы.

Приложение 1.

Оценочный лист оценки бизнес-проектов обучающихся ОГАПОУ «Старооскольский техникум технологий и дизайна»

Ф.И.О. участника:

Тема бизнес-проекта:

№ п/п	Критерий оценки	Шкала оценок (баллы)	Баллы
1.	Описание бизнес- идеи:	0-35	
	актуальность	0-5	
	цели	0-5	
	описание продукта	0-5	
	описание ресурсов	0-5	
	ниша проекта	0-5	
	объём инвестиций	0-5	
	риски	0-5	
2	Подача презентации бизнес-проекта	0-21	

2.1.	Оформление слайдов:	0-12	
	последовательность	0-3	
	достаточное количество анимации	0-3	
	наличие гиперссылок	0-3	
	не менее 5 картинок, схем, графиков	0-3	
2.2.	Содержание слайдов:	0-9	
	цели	0-3	
	объём работы не превышает допустимые нормы до 30 слайдов	0-3	
	отсутствие орфографических и грамматических ошибок	0-3	
3.	Проработанность бизнес-плана	0-15	
3.1.	Оценка рынка сбыта и конкурентов	0-3	
3.2.	Социологический опрос	0-3	
3.3.	Наличие плана маркетинга	0-3	
3.4.	Наличие финансового плана	0-3	
3.5.	Заключение проекта (общие выводы)	0-3	
4.	Динамика основных финансово-экономических показателей предпринимательской деятельности за период реализации проекта	0-5	
5.	Готовность к внедрению (возможность запуска бизнеса в течение двух месяцев)	0-5	
6.	Ответы на вопросы	0-3	
7.	Уверенность спикера	0-3	
8.	Стрессоустойчивость	0-3	
9.	Оригинальность идеи	0-10	
10.	Итого баллов	100	
Оценка (комментарии):			

Подписи жюри:

Используемая литература

Основные источники:

1. Череданова Л.Н. Основы экономики и предпринимательства: учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования/ Л.Н. Череданова.- 15-е изд., стер.- М.: Издательский центр «Академия», 2017. – 224с.

Дополнительные источники:

1. Кохановская И.И. Об экономической устойчивости малых предприятий / И.И. Кохановская. // Среднее профессиональное образование. – 2005-49с.

2. Оценка бизнеса. Синявский Н.Г. Изд. Финансы и статистика, 2005-240с.

Малый бизнес: опыт зарубежных стран Швандар, Изд. Финансы и статистика, Юнити-Дана 2004-287с.

3. Предпринимательская функция и экономический механизм ее осуществления. Ильчиков М.З. Изд. Камерон 2005-104с.

4. Герасимов Б.И., Денисова А.Л., Молоткова Н.В., Уляхин Т.М Основы экономики и предпринимательства (Среднее профессиональное образование) Издательство Форум 2008- 272с. ГРИФ Минобрнауки. РФ

5. Малое предпринимательство: организация, управление, экономика: Учебное пособие/Горфинкель В.Я. ; Горфинкель В.Я Инфра-М., ; 2010 – 349с. ; ГРИФ Минобрнауки. РФ

Список нормативно-правовых актов

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ)
2. Федеральный конституционный закон РФ от 17 декабря 1997 г. «О Правительстве РФ» № 3-ФКЗ (ред. от 31 декабря 1997 г.).
3. Федеральный закон Российской Федерации «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 14 июня 1995 года № 88-ФЗ.
4. Закон РФ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 8 августа 2001 года № 129-ФЗ.
5. Закон РФ от 22 мая 1991 г. «О защите прав потребителей в РФ» № 2184-I-ФЗ (ред. от 7 февраля 1992 г. № 2300-I).
6. Закон РФ «Об акционерных обществах» от 26 декабря 1995 года № 208-ФЗ.
7. Закон РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8 февраля 1998 года № 14-ФЗ.
8. Закон РФ от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды».
9. Закон РФ от 3 февраля 1996 г. № 17-ФЗ «О банках и банковской деятельности в РФ» (ред. от 21 марта 2002 г. № 31-ФЗ).
10. Закон РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 8 августа 2001 года № 128-ФЗ.
11. Закон РФ от 21 марта 1991 г. «О налоговых органах РФ» (ред. от 29 мая 2002 г. № 57-ФЗ).
12. Закон РФ от 28 июня 1991 г. «О медицинском страховании граждан в РФ» (ред. от 29 мая 2002 г. № 57-ФЗ).
13. Закон РФ «О санитарно - эпидемиологическом благополучии населения» от 30 марта 1999 года № 52-ФЗ
14. Закон РФ «О техническом регулировании» от 27 декабря 2002 года № 184-ФЗ.
15. Закон РФ от 19 апреля 1991 г. «О занятости населения в РФ» (ред. от 20 апреля 1996 г. № 36 - ФЗ).
16. Закон РФ от 21 июля 1993 г. «О государственной тайне» (ред. от 6 октября 1997 г. № 5485 - 1).
17. Федеральный закон Российской Федерации «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)» от 8 августа 2001 года № 134-ФЗ.
18. Кодекс РФ об административных правонарушениях (ред. от 31 декабря 2002 г. № 187-ФЗ).
19. Основы законодательства РФ «Об охране здоровья граждан» от 22 июля 1993 г. № 5487-I (ред. от 10 января 2003 г. № 15-ФЗ).
20. Указ Президента Российской Федерации № 491 от 4 апреля 1996 года «О первоочередных мерах государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации».
21. Указ Президента Российской Федерации № 730 от 29 июня 1998 года «О мерах по устранению административных барьеров при развитии предпринимательства».
22. Постановление Правительства Российской Федерации № 135 от 11 февраля 2002 года «О лицензировании отдельных видов деятельности».
23. Постановление Правительства Российской Федерации № 319 от 17 мая 2002 года «Об уполномоченном федеральном органе исполнительной власти, осуществляющем государственную регистрацию юридических лиц».
24. Постановление Правительства Российской Федерации от 19 июня 2002 года «О едином государственном реестре юридических лиц».

25. Постановление Правительства Российской Федерации №439 от 19 июня 2002 года «Об утверждении форм документов, используемых при государственной регистрации юридических лиц и требований к их оформлению» (в редакции Постановления Правительства Российской Федерации №110 от 26 февраля 2004 года).
26. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая / Федеральный закон от 21 октября 1994 г. (с изм. от 27 декабря 2009 г.) // Российская газета. – 1994. – 8 декабря. - № 238-239; Собрание законодательства Российской Федерации. - 2009. – № 52 (часть 1). - Ст. 6428.
27. Налоговый кодекс Российской Федерации (Часть первая) от 31 июля 1998 г. №146-ФЗ (с изм. от 14 марта 2009 года.) // Собрание законодательства Российской Федерации. -1998. - № 31. - Ст.3824; 2009. - №11.- Ст.1265.
28. Налоговый кодекс Российской Федерации (Часть вторая) от 5 августа 2000 г. №117-ФЗ (с изм. от 27 декабря 2009 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2000. - № 42. – С. 2167; 2009. - № 52 (1 часть). - Ст. 6450.

Отечественные журналы:

Российское предпринимательство

Личный бюджет

Секрет фирмы

Интернет-ресурсы:

www.tradecenter.ru

www.businessvoc.ru

www.businessstest.ru