

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Международный банковский институт имени Анатолия Собчака»**

**Фонд оценочных средств по дисциплине
Бизнес-планирование**

Направление подготовки: *43.03.03 Гостиничное дело*

Направленность (профиль): *Гостиничная деятельность*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *заочная*

Пояснительная записка

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации дисциплины «Бизнес-планирование» разработан фонд оценочных средств по данной дисциплине, являющийся неотъемлемой частью учебно-методической ее документации в рамках реализуемой образовательной программы.

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

Формой промежуточной аттестации по дисциплине является – экзамен.

Вопросы для проведения промежуточной аттестации:

1. Экономическая сущность и содержание планирования
2. Функции и принципы планирования
3. Классификация методов планирования
4. Балансовый, нормативный и программно-целевой методы.
5. Методы оптимального планирования
6. Роль и место планирования на предприятии и в рыночных условиях
7. Классификация планов
8. Сущность и содержание стратегического планирования, этапы стратегического планирования
9. Структура и содержание стратегических планов предприятия
10. Сущность и значение бизнес-планирования в управлении предприятием
11. Функции и принципы бизнес-планирования
12. Бизнес-план и его назначение, отличие бизнес-плана от других плановых документов
13. Структура и последовательность разработки бизнес-плана
14. Основные этапы и порядок разработки бизнес-планирования
15. Презентация бизнес-плана
16. Процесс реализации бизнес-плана
17. Концепция бизнеса (резюме). Характеристика объекта бизнеса
18. Исследование и анализ рынка и конкуренции
19. Оценка конкурентоспособности предприятия и товара (работ, услуг)
20. Отбор целевых сегментов и прогнозирование рынка
21. Производственный план
22. Организационный план: выбор организационно-производственной структуры, планирование численности персонала, фонда заработной платы
25. Маркетинговый план
26. Ценообразование: ценовая политика предприятия, методы ценообразования, модификация цен
27. Продвижение товара (работ, услуг), рекламная политика
28. Финансовый план: прогноз прибылей и убытков, баланс, движение наличных средств
29. Расчет безубыточности и запаса финансовой прочности
30. Программные средства разработки бизнес-плана
31. Страхование и риски бизнес-плана

Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обучающихся по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий: защиты самостоятельной работы, реферата, подготовки эссе, тестирования, подготовки решения по оцениванию фактических результатов обучения обучающихся.

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных работ и заданий, предусмотренных рабочей программой дисциплины. Обучающемуся, пропустившему практические занятия, необходимо выполнить задания самостоятельно и защитить их выполнение перед преподавателем практических занятий.

Тестовые задания по дисциплине

Название темы учебной дисциплины	Пример теста
Основы бизнес-планирования	<p>1. Бизнес-планирование служит для:</p> <p>а) информирования внешних пользователей о планах компании</p> <p>б) информационной поддержки управленческих решений менеджеров компании</p> <p>в) определения целей компании, необходимых для достижения поставленных целей путей и ресурсов</p> <p>2. Цели разработки бизнес-плана:</p> <p>а) привлечение инвестиций</p> <p>б) эффективное управление</p> <p>в) мотивация персонала</p> <p>г) все ответы верны</p> <p>3. Планирование деятельности туристского предприятия – это:</p> <p>а) определение целей фирмы на перспективу</p> <p>б) ресурсное обеспечение поставленных целей</p> <p>в) контроль за выполнением поставленных целей</p> <p>г) способы достижения целей</p> <p>д) Все вышеперечисленное.</p> <p>4. Сроки бизнес-плана:</p> <p>а) не ограничены</p> <p>б) строго определены</p> <p>в) изменяются по ходу реализации стратегического плана</p> <p>г) на усмотрение руководителей проекта</p> <p>5. Преимуществом бизнес-планирования является то, что оно:</p> <p>а) приучает сначала думать, а потом делать</p> <p>б) позволяет сделать ошибки сначала на самом деле, а потом - на бумаге</p> <p>в) приучает полагаться исключительно на интуицию</p> <p>г) избавляет руководителя от необходимости стимулировать творческую активность подчиненных</p>
Структура бизнес-плана	<p>1. Разделы бизнес-плана, посвященные анализу общего положений предприятия</p> <p>а) резюме</p> <p>б) план маркетинга</p> <p>в) организационный план</p> <p>г) производственный план</p> <p>д) финансовый план</p> <p>2. Основная цель раздела «План маркетинга»</p> <p>а) разработка стратегий и мероприятий маркетингового комплекса</p> <p>б) организация систематизированных маркетинговых исследований</p> <p>в) обеспечение планируемого объема продаж за счет маркетинговых мероприятий</p> <p>3. В каком разделе бизнес-плана будут представлены ожидаемые финансовые результаты проекта?</p> <p>а) производственном плане</p> <p>б) финансовом плане</p> <p>в) в резюме</p> <p>г) плане маркетинга</p> <p>4. Резюме проекта составляется</p> <p>а) в начале написания бизнес-плана</p> <p>б) в конце написания бизнес-плана</p>

	<p>5. Структура бизнес-плана зависит от его составителя.</p> <p>а) верно</p> <p>б) неверно</p>
Порядок проведения предпроектных исследований	<p>1. В рамках PEST-анализа рассматриваются, в частности, следующие аспекты:</p> <p>а) тенденции в области здравоохранения, техники безопасности, охраны окружающей среды и защиты интересов потребителей, которые могут привести к принятию новых законов, влияющих на компанию</p> <p>б) влияние на работу компании новых технологий в банковской сфере</p> <p>в) расовые</p> <p>г) движение «зеленых»</p> <p>2. Маркетинговое планирование предполагает:</p> <p>а) маркетинговые исследования макроокружения и внутренней среды</p> <p>б) проведение SWOT-анализа</p> <p>в) построение предположений</p> <p>г) определение финансовых прогнозов.</p> <p>3. К внешней среде бизнеса относят:</p> <p>а) сферу, в которой предприятие осуществляет свою деятельность</p> <p>б) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, на которые само предприятие не может влиять непосредственно</p> <p>в) сферу, в которой предприятие не осуществляет свою деятельность</p> <p>г) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, на которые само предприятие может влиять непосредственно.</p> <p>4. К внутренней среде бизнеса относят:</p> <p>а) общая среда, которая находится в рамках предприятия</p> <p>б) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, которые непосредственно подконтрольны предприятию</p> <p>в) часть общей среды, которая находится в рамках предприятия</p> <p>г) совокупность «факторов влияния» внутри предприятия, которые непосредственно подконтрольны предприятию</p> <p>5. Планирование не предполагает выполнение следующих функций:</p> <p>а) анализ внешней среды, формирование и оценка альтернативных вариантов плана</p> <p>б) анализ деятельности компании, формирование плановых заданий</p> <p>в) формирование плановых заданий, их корректировка</p> <p>г) анализ деятельности компании, формирование плановых заданий, мотивация персонала</p>
Разработка нового турпродукта и гостиничных услуг	<p>1. Обеспечить лояльность бренду – это задача:</p> <p>а) стратегии сбыта</p> <p>б) стратегии дифференциации</p> <p>в) нишевой стратегии</p> <p>г) стратегии лидерства в области затрат</p> <p>2. Процесс разработки практически любого нового товара или услуги предполагает:</p> <p>а) создание опытного образца</p> <p>б) проектирование</p> <p>в) производство мелкой партии и пробный маркетинг</p> <p>г) исследование рынка</p> <p>д) полномасштабное производство и маркетинг</p> <p>3. предприятие сферы туризма не нуждается в бизнес-плане, т.к. нет больших финансовых вложений:</p>

	<p>а) верно б) неверно</p> <p>4. К макросреде организации не относится: а) политическая среда б) социально-культурная среда в) экономическая среда г) конкуренты</p> <p>5. К микросреде организации не относится: а) конкуренты б) потребители в) посредники г) социально-культурная среда</p>
Организационный, финансовый и инвестиционный планы	<p>1. Какие документы финансового плана используются для оценки финансово-хозяйственной деятельности проекта (бизнес-плана)? а) план продаж б) план производства в) план инвестиционных затрат г) план прибылей и убытков д) план балансов е) план денежных потоков ж) план распределения прибыли</p> <p>2. Какой документ в финансовом плане – самый важный для финансового менеджера? а) план прибылей и убытков б) план балансов в) план денежных потоков г) план распределения прибыли д) все перечисленные выше планы</p> <p>3. Основная цель организационного плана а) организация управления проектом б) организация производства и реализации продукции в) организация разработки конструкции г) организация финансирования проекта</p> <p>4. Какой документ детализирует использование и вложение финансовых ресурсов, требуемых для поддержания планируемого производства: а) план прибылей и убытков; б) бухгалтерский баланс; в) прогноз денежных потоков; г) все документы</p> <p>5. При определении денежного потока учитывается ли амортизация? а) да б) нет</p>
Страхование и риски бизнес-планов	<p>1. Что такое срок окупаемости проекта? а) это время, в течение которого будут оплачиваться начальные инвестиции б) это период времени, необходимый для возмещения затрат по проекту в) это период времени, начиная с которого предприятие будет работать только на себя</p> <p>2. Методы оценки и прогнозирования объема продаж: а) методы статистического моделирования б) морфологические методы</p>

	<p>в) расчет по коэффициентам эластичности экспертные оценки</p> <p>3. Риски проекта – это:</p> <p>а) степень потенциальной опасности для успешного осуществления проекта, измеряемая частотой или вероятностью возникновения того или иного уровня потерь</p> <p>б) финансовые вложения</p> <p>в) фазы проекта</p> <p>г) непроверенная информация</p> <p>4. Факторы неопределенности:</p> <p>а) неполное знание</p> <p>б) факторы случайности</p> <p>в) субъективные факторы противодействия</p> <p>г) все ответы верны</p> <p>5. Точка безубыточности – это:</p> <p>а) экономический показатель, который характеризует объем продаж, при котором выручка от реализации произведенных товаров (работ, услуг) равна затратам на их производство</p> <p>б) это показатель произведенного продукта, который представляет собой стоимость произведенных конечных товаров и услуг</p> <p>в) отклонение в меньшую сторону от официального курса валюты</p> <p>г) все ответы верны</p>
--	--

Темы рефератов

Название темы учебной дисциплины	Пример тем рефератов
Основы бизнес-планирования	<p>1. Основы и цель бизнес-планирования.</p> <p>2. Внешние и внутренние цели бизнес-плана</p> <p>3. История развития бизнес-планирования в России.</p>
Структура бизнес-плана.	<p>1. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам.</p> <p>2. Виды бизнес-планов.</p> <p>3. Схемы бизнес-плана.</p>
Порядок проведения предпроектных исследований.	<p>1. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги).</p> <p>2. Бизнес-идея проекта.</p> <p>3. Порядок проведения предпроектных исследований.</p>
Разработка нового турпродукта и гостиничных услуг	<p>1. Сегментация рынка тур услуг.</p> <p>2. Анализ и оценка рынков сбыта услуг и турпродукта</p> <p>3. Анализ рыночной конъюнктуры</p>
Организационный, финансовый и инвестиционный планы	<p>1. Организационная структура турпредприятия.</p> <p>2. Ключевой управленческий персонал.</p> <p>3. Профессиональные советники и услуги.</p>
Страхование и риски бизнес-планов	<p>1. Виды рисков.</p> <p>2. Политические риски.</p> <p>3. Производственные риски.</p>

Задания

Название темы учебной дисциплины	Пример задания
Разработка нового турпродукта и услуг	Какой вариант цены следует выбрать гостинице, чтобы завоевать рынок сбыта: повысить цену одного номера до 3000 рублей или снизить цену продажи до 2500 руб. Конкурент предлагает аналогичные номера по цене 2600 руб.

	<p>в сутки</p> <p>Условия: постоянные затраты составляют 2500 тыс. руб., переменные – 85 руб./ед. При улучшении качества номера постоянные затраты возрастут до 3100 тыс. руб., удельные переменные издержки – 100 руб.</p>
Организационный, финансовый и инвестиционный планы	<p>Собственные средства турпредприятия составляют 34 886 883 руб., заемные средства 8 889 508 руб., валюта баланса 43 776 391 руб., краткосрочные обязательства 3 095 938 руб., внеоборотные активы 26 971 216 руб. Определите показатели финансовой независимости и устойчивости (автономии, зависимости, текущей задолженности, собственные оборотные средства).</p>

Ситуации для анализа

Название темы учебной дисциплины	Пример ситуаций для анализа
Основы бизнес-планирования	<p>Вас пригласили составить план развития здравоохранения города, в котором проживает 150 тыс. населения. Какие типы лечебно – профилактических учреждений следует запланировать? Какими методами планирования вы будете пользоваться? Какой дополнительной информацией вы должны владеть?</p>
Структура бизнес-плана	<p>Аркадий Александрович решил создать собственное предприятие, так как всегда мечтал об этом. Он поставил перед собой цель: создать небольшую булочную на другом конце улицы. Он тщательно готовился, учился, брал пример с опытных бизнесменов и организовал свое дело. Спланировал он все достаточно грамотно и бизнес начал вскоре приносить прибыль, появились постоянные покупатели, и все было относительно стабильно. Продолжалось это в течение двух лет, но вскоре рядом с булочной Аркадия Александровича появилась большая кондитерская с гораздо большим ассортиментом и гибкими ценами. Спустя месяц булочная Аркадия Александровича закрылась. Почему бизнес Аркадия Александровича прожил так недолго, ведь все шло хорошо?</p>
Порядок проведения предпроектных исследований	<p>Анита Вильямс – единоличный владелец небольшой фирмы, которая специализируется на производстве женской косметики. Различные виды и марки недорогих косметических средств ориентированы на молодых латиноамериканок, проживающих в США (возрастные границы сегмента рынка от 18 до 35 лет). Первоначально Анита Вильямс основала в пригороде Лос-Анджелеса небольшую фирму, где она работала со своим мужем и детьми. Со временем ее дело значительно расширилось, однако единственной причиной, сдерживающей дальнейшее развитие фирмы, является невозможность увеличения производства масштабов рекламной деятельности из-за недостатка финансовых средств. В настоящее время ситуация в промышленности, производящей косметические средства, меняется очень быстро, сроки жизненного цикла отдельных видов этой продукции сокращаются. Это</p>

	<p>вынуждает фирмы уделять большое внимание выпуску новых товаров, а также товаров рыночной новизны. Производство недорогой косметики не является сложным процессом, поэтому фирмы-производители могут выходить на рынок с новыми товарами без значительных финансовых затрат. Г-жа Вильямс планирует расширить географический сегмент своего рынка, в частности организовать продажу продукции своей фирмы на всей юго-западной территории штата с последующим выходом на рынок Нью-Йорка и Майами. Адвокат и бухгалтер, консультирующие Аниту Вильямс, советуют ей обдумать вопрос об образовании на базе ее фирмы корпорации с целью привлечения необходимых финансовых средств. Вопросы:</p> <p>а) Какие преимущества единоличного владения фирмой могла бы Анита Вильямс потерять при создании корпорации? Какие выгоды она при этом получила бы?</p> <p>б) Необходимо для г-жи Вильямс проведение маркетинговых исследований? Почему?</p> <p>с) На каких аспектах деятельности фирмы следует в первую очередь сконцентрировать внимание ее владелице?</p>
Разработка нового турпродукта и гостиничных услуг	<p>1. Как часто и глубоко нужно отслеживать изменения ситуации на рынке труда для эффективного обеспечения компании человеческими ресурсами и построения эффективной системы управления персоналом?</p> <p>2. В крупных фирмах Запада менеджерами проводится дифференцированная политика трудовых ресурсов: выделяется «ядро» и «периферия». Объясните преимущества.</p>
Организационный, финансовый и инвестиционный планы	<p>Крупный иностранный инвестор Майкл Голдсмит решил построить в одном российском городе гольф-клуб. Однако осуществить этот проект самостоятельно, без участия городских властей, было невозможно. Был заключен договор на создание гольф-клуба. После долгих раздумий администрация выделила место – на помойке, больше свободной земли не было. Понятно, что нужно было проводить огромный комплекс работ, связанных с реинкарнацией почвы, поскольку земля была заражена отходами. Эксперты провели осмотр местности и составили смету, общая сумма составила \$2 млн. Инвестор заплатил эти деньги. Мэрия города обратилась в организацию, которой поручила провести эти работы, при этом выделив на них из уплаченных \$2 млн только 5%. Остальные деньги остались в городской казне. Организация предупреждала, что на эти деньги можно навести только косметику на один год, а потом нужно будет постоянно обновлять поля, завозить газонную траву, так как земля будет быстро лысеть. Тем не менее, мэрия настояла на проведении работ в рамках выделенного бюджета, что и было сделано. Перед инвестором город отчитался, что все необходимые работы были проведены в полном объеме. А через год поля покрылись проплешинами и лысинами, их штопка обходится в крупную сумму. Поскольку поля плохого качества, то у клуба неважная репутация. Состоятельные клиенты обходят</p>

	<p>его стороной, они предпочитают ездить играть за границу. Клуб обанкротился.</p> <p>1. Что мог предпринять инвестор, чтобы не допустить подобного развития событий?</p> <p>2. Мог ли он контролировать процесс?</p> <p>3. Как можно было избежать банкротства?</p> <p>Какой компетенции ему не хватило?</p>
Страхование и риски бизнес-планов	<p>Владимир Михайлович получил наследство богатого дедушки и решил организовать собственный бизнес, открыть фитнес-центр. Взял дополнительный кредит в банке, купил бизнес план у хорошего специалиста и спустя 6 месяцев открыл свой фитнес-центр.</p> <p>Он считал, что на этом его миссия закончена и можно пожинать плоды, постепенно возвращать кредит и получать прибыль. Но, конкуренты, у которых уже был фитнес-центр такого типа в данном районе, решили переманивать клиентов Владимира Михайловича недобросовестным путем. Владимир Михайлович не был к этому готов, а тут еще и налоговая служба с пожарной инспекцией серьезно придралась к его организации.</p> <p>Такого поворота событий Владимир Михайлович не ждал и вскоре на месте его фитнес центра образовался магазин, но уже совершенно с другим хозяином. Бизнес Владимира Михайловича прогорел вместе с наследством дедушки. Почему так произошло?</p>

Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине:

Знания, умения и навыки обучающихся при промежуточном контроле в форме экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

1. «Отлично» — обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

2. «Хорошо» — обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.

3. «Удовлетворительно» — обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

4. «Неудовлетворительно» — обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.