

**Приложение 1 к РПД**  
**Основы бизнес-планирования**  
**54.03.01 Дизайн**  
**Направленность (профиль) Дизайн**  
**Форма обучения – очная**  
**Год набора – 2019**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ  
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.	Кафедра	Экономики, управления и предпринимательского права
2.	Направление подготовки	54.03.01 Дизайн
3.	Направленность (профиль)	Дизайн
4.	Дисциплина (модуль)	Основы бизнес-планирования
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2019

**I. Методические рекомендации**

**1.1 Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных занятий**

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации для практического занятия и рекомендации для выполнения самостоятельной работы.

В ходе лекционных занятий студенту необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание изучаемой дисциплины, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки, подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Рекомендуется активно задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

**1.2 Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям**

Семинарские (практические) занятия посвящены изучению наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссий, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

В ходе подготовки к семинарским (практическим) занятиям следует изучить основную и дополнительную литературу, учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы.

Можно подготовить свой конспект ответов по рассматриваемой тематике, подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие. Следует продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой. Можно дополнить список рекомендованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.

### **1.3. Методические рекомендации к выполнению заданий для самостоятельной работы**

Выполнение самостоятельной работы приучает обучающихся грамотно пользоваться имеющимися теоретическими знаниями, справочной литературой.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется во время семинарско-практических занятий и может проводиться в разнообразных формах ( поиск и изучение информации по темам, повторная работа над учебным материалом и составление на его основе таблиц для систематизации учебного материала, письменные ответы на вопросы для самоконтроля к занятию, оформление таблиц и схем, решение задач и выполнение тестов, обработка дополнительных материалов и др.).

Самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях и вне занятий под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Изучаемый материал усваивается более глубоко, у студентов меняется отношение к дисциплине, так как без понимания сущности предмета, трудно рассчитывать на успех в решении поставленных целей.

### **1.4. Методические рекомендации по созданию презентации**

Алгоритм создания презентации:

- 1 этап – определение цели презентации
- 2 этап – подробное раскрытие информации,
- 3 этап – основные тезисы, выводы.

Следует использовать 10-15 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;
- на втором слайде необходимо разместить содержание презентации, а также краткое описание основных вопросов;
- оставшиеся слайды имеют информативный характер.

Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

**Требования к оформлению и представлению презентации:**

1. Читабельность (видимость из самых дальних уголков помещения и с различных устройств), текст должен быть набран 24-30-ым шрифтом.
2. Тщательно структурированная информация.
3. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.
4. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац.
5. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.
6. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.
7. Графика должна органично дополнять текст.
8. Выступление с презентацией длится не более 10 минут;

### **1.5. Методические рекомендации по подготовке доклада**

Алгоритм создания доклада:

- 1 этап – определение темы доклада
- 2 этап – определение цели доклада
- 3 этап – подробное раскрытие информации
- 4 этап – формулирование основных тезисов и выводов.

## **1.6. Методические рекомендации по составлению глоссария**

1. Внимательно прочитайте и ознакомьтесь с текстом. Вы встретите в нем много различных терминов, которые имеются по данной теме.

2. После того, как вы определили наиболее часто встречающиеся термины, вы должны составить из них список. Слова в этом списке должны быть расположены в строго алфавитном порядке, так как глоссарий представляет собой не что иное, как словарь специализированных терминов.

3. После этого начинается работа по составлению статей глоссария. Статья глоссария - это определение термина. Она состоит из двух частей: 1. точная формулировка термина в именительном падеже; 2. содержательная часть, объемно раскрывающая смысл данного термина.

При составлении глоссария важно придерживаться следующих правил:

- стремитесь к максимальной точности и достоверности информации;
- старайтесь указывать корректные научные термины и избегать всякого рода жаргонизмов. В случае употребления такого, давайте ему краткое и понятное пояснение;
- излагая несколько точек зрения в статье по поводу спорного вопроса, не принимайте ни одну из указанных позиций. Глоссарий - это всего лишь констатация имеющихся фактов;
- также не забывайте приводить в пример контекст, в котором может употреблять данный термин;
- при желании в глоссарий можно включить не только отдельные слова и термины, но и целые фразы.

Глоссарий составляется по теме № 1 «Роль бизнес-планирования в дизайне».

Основные понятия для глоссария: бизнес-планирование; внутренняя и внешняя среда управления; гостеприимство; гостиничные услуги; занятость; инновации; инфраструктура дизайна; коммуникации; лизинг; маркетинг; организация досуга населения; самоорганизация; Дизайн; инвестиционный проект; развитие; реклама; риски; территориальное развитие; туристско-рекреационное проектирование; услуга; устойчивое развитие; экономика ощущений.

Перечень понятий может быть дополнен и расширен.

## **1.7. Методические рекомендации по проведению занятий в интерактивной форме**

Интерактивное обучение представляет собой способ познания, осуществляемый в формах совместной деятельности обучающихся, т.е. все участники образовательного процесса взаимодействуют друг с другом, совместно решают поставленные проблемы, моделируют ситуации, обмениваются информацией, оценивают действие коллег и свое собственное поведение, погружаются в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем.

По дисциплине «Основы бизнес-планирования» предусмотрено в качестве интерактивной формы обучение – выполнение ситуационных заданий (кейс-стади), которые охватывают тему № 4.

### **СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ (КЕЙС-СТАДИ)**

Имеются следующие данные ситуационного задания (кейс-стади).

Цель – определение организационных принципов и методов новой экономики – экономики ощущений, экономики впечатлений, экономики переживаний. Выяснение причин перехода от экономики услуг к экономике ощущений, выявление особенностей ее проявления в дизайне, реконструирование механизма инсценирования в дизайне, особенности применения основных технологий.

Последовательность выполнения ситуационного задания (кейс-стади):

1. Проанализировать кейс-стади.

2. Определить цель планирования развития объекта исследования и ключевые факторы внутренней и внешней среды деятельности.

3. Провести анализ деятельности объекта исследования методом SWOT-анализа на основании данных, представленных в ситуационном задании (кейс-стади).

Постановка задачи (задания 1-4).

**Задание 1.** Предположите, что Вы выступаете в качестве руководителя / заместителя руководителя ключевого субъекта системы управления сферой дизайна в регионе.

Определите, систематизируйте и проанализируйте слабые и сильные стороны функционирования и развития сферы дизайна (в соответствии с указанными субъектами взаимодействия) наряду с внешними возможностями и угрозами.

Для этого, сначала, разработайте исходный перечень внешних возможностей и опасностей, а затем - внутренних сильных и слабых сторон.

Результаты опишите в таблицах 1,2,3,4.

Заполните столько рабочих листов, сколько необходимо для получения полного перечня слабых и сильных сторон, возможностей и угроз.

Обсудите их значение для стратегического развития дизайна в Вашем регионе.

Таблица 1

Внешние возможности развития

Возможность	Описание	Варианты использования возможности

Таблица 2

Внешние опасности развития

Опасность	Описание	Варианты сведения к минимуму или преодоление опасности

Таблица 3

Внутренние сильные стороны

Сильная сторона	Описание	Варианты сохранения ее или опоры на нее

Таблица 4

Внутренние слабые стороны

Слабая сторона	Описание	Варианты сведения к минимуму или преодоления слабой стороны

**Задание 2.** Используя результаты задания 1, определите приоритетные проблемы и стратегические цели (подцели) развития предлагаемого к реализации проекта. Для выполнения данного задания воспользуйтесь ответами на следующие вопросы:

1. В чем состоит проблема? Сформулируйте проблему так, чтобы она предполагала более одного варианта решения.

2. Почему ставится цель (подцель)? Как она связана с миссией региона, городского хозяйства, внутренними сильными/слабыми сторонами или внешними возможностями/опасностями?

3. Каковы будут последствия, если данная проблема не будет решена или цель (подцель) не достигнута?

Заполните на основании всего выше предложенного таблицу 5.

Таблица 5

Сводная таблица приоритетных проблем и стратегических целей развития системы реализации проекта

Система реализации проекта	Проблемы и цели развития
Сфера	Проблема: Главные цели:

**Задание 3.** Предложите стратегии, направленные на решение выявленных в задании 3 проблем и стратегических целей (подцелей). Их должна объединять направленность на осуществление миссии, что предполагает исполнение необходимой совокупности проектов (мероприятий). Определите приоритетность реализации стратегий для каждой структурной единицы реализации проекта (расположите их по мере убывания важности).

#### 1.8. Методические рекомендации по выполнению задания на понимание терминов

При выполнении задания на понимание терминов необходимо выбрать правильное определение для каждого термина из списка.

#### 1.9. Методические указания к подготовке, выполнению и защите домашней контрольной работы (алгоритма создания и бизнес-модели проекта в сфере дизайна)

#### АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ И БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ПРОЕКТА В СФЕРЕ ДИЗАЙНА

Название проекта \_\_\_\_\_

Автор проекта \_\_\_\_\_

Место \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_



Рис. 1. Схема-алгоритм создания проекта в сфере дизайна



Рис. 2. Схема-алгоритм создания бизнес-модели проекта в сфере дизайна

- Список использованных источников;
- Приложения.

### **1.10. Методические рекомендации по подготовке к участию в научно-практической конференции**

При решении обучающегося участвовать в научно-практической конференции, рекомендованной преподавателем дисциплины, необходимо руководствоваться содержанием представленного алгоритма подготовки и информационного письма определенной конференции.

Алгоритм подготовки:

- 1 этап – определение темы выступления, согласование с преподавателем
- 2 этап – определение цели выступления, согласование с преподавателем
- 3 этап – подробное раскрытие информации, представление на контроль преподавателю
- 4 этап – формулирование основных тезисов и выводов, представление на контроль преподавателю
- 5 этап – подготовка выступления и презентации, согласование с преподавателем

### **1.11. Методические рекомендации по оформлению публикации к участию в научно-практической конференции**

1 этап – подготовка и оформление статьи публикации по результатам выступления (в соответствии с принятым решением), согласование с преподавателем.

2 этап – представление статьи для публикации в сборнике в установленные сроки согласно информационного письма определенной конференции, согласование с преподавателем.

При подготовке оформления статьи к публикации к научно-практической конференции, проводимой в ФГБОУ ВО «МАГУ», текст статьи должен быть представлен в электронном варианте (редактор Word, формат RTF, параметры поля – 25 мм со всех сторон, шрифт Times New Roman, кегль 14 через одинарный интервал).

Объём статьи – от 3 до 5 страниц.

В левом верхнем углу располагается тематический рубрикатор УДК/ББК, в правом верхнем углу жирным курсивом пишется ФИО автора (напр.: **Н.В. Иванова**). Далее под

ФИО обязательно указать организацию, представляющую автором. Затем - название работы по центру прописными буквами жирным шрифтом без сокращений. После приводятся аннотация (2-4 предложения) и ключевые слова.

Далее вся информация повторяется на английском языке.

Сноски постраничные, автоматические, по цифрам (кегль 12). Абзац (красная строка) – 1,25 см (не допускается создание абзацной строки с помощью клавиши «Пробел»). Переносы слов на строках автоматические и не более 3 подряд.). Нумерация страниц отсутствует. Список использованной литературы приводится согласно ГОСТ 7.1-2003 в алфавитном порядке в конце статьи. Файл назван фамилией автора.

### **1.12. Методические рекомендации по подготовке к сдаче зачета**

Зачет является формой итогового контроля знаний и умений студентов по данной дисциплине, полученных на лекциях, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы.

В период подготовки к зачету студенты вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют промежуточные знания.

Подготовка студента к зачету включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы.

При подготовке к зачету студентам целесообразно использовать материалы лекций, основную и дополнительную литературу.

На зачет выносится материал в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины за семестр. Зачет проводится в устной форме.

Ведущий данную дисциплину преподаватель составляет билеты, которые утверждаются на заседании кафедры и включают в себя один/два вопроса. Формулировка вопросов совпадает с формулировкой перечня вопросов, доведенного до сведения студентов накануне экзаменационной сессии. Содержание вопросов одного билета относится к различным разделам программы с тем, чтобы более полно охватить материал учебной дисциплины. Дополнительно в билет может быть включена третьим вопросом практическое задание.

В аудитории, где проводится зачет, должно одновременно находиться не более шести студентов на одного преподавателя, принимающего зачет.

На подготовку к ответу на билет на зачете отводится 20 минут.

Результат зачета выражается оценками «зачтено», «не зачтено».

Для прохождения зачета студенту необходимо иметь при себе зачетную книжку и письменные принадлежности.

За нарушение дисциплины и порядка студенты могут быть удалены с зачета.

## **2. Планы практических занятий**

### **Занятие № 1 к теме 1. Роль бизнес-планирования в дизайне**

#### **План:**

1. Подходы к деятельности в дизайне.
2. Особенности формирования деятельности в проектном дизайне за рубежом и возможности его применения в России.
3. Особенности формирования деятельности в дизайне в России.
4. Правовые основы управления предприятиями в сфере дизайна.
5. Основные критерии сегментирования: географический, демографический, социально-экономический, психографический.
6. Выбор методов рыночной сегментации рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование дизайнерских товаров и услуг.

7. «Планировать», «не планировать» — две технологии управления. Роль планирования в поиске новой, эффективной модели управления.
8. Выбор типа потребителей с учетом сегментирования рынка.
9. Типология и модели управления предприятиями в сфере дизайна.
10. Бизнес-идея: понятие и классификация. Источники инновационных бизнес-идей. Методы выработки и адаптации бизнес-идей.

*Литература:* [1, С. 114-180; 3, С.10-171]

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Роль малого и среднего предпринимательства в экономической стратегии государств мира. Политика и инструменты поддержки малого и среднего бизнеса в развитых странах мира.
2. Политика и инструменты поддержки малого и среднего бизнеса в Российской Федерации.
3. Понятие дизайна.
4. Инновации в дизайне.
5. Характерные черты деятельности в дизайне, типология и модели.
6. Пионеры деятельности в дизайне. Тенденции развития деятельности в дизайне в США, Италии, Финляндии, Японии и др.
7. Применимость зарубежного опыта дизайна в России: социокультурный, институциональный, экономический аспекты.
8. Типология организационно-правовых форм и видов предприятий индустрии дизайна.
9. Модель деятельности в дизайне в России: общее и особенное.

*Задания для самостоятельной работы*

Составьте таблицу сравнительного анализа развития деятельности в дизайне в США, Италии, Финляндии, Японии и России.

Выделите основные черты и особенности деятельности в дизайне перечисленных зарубежных и отечественных моделей.

**Занятие № 2 к теме 2 «Основы бизнес-планирования в дизайне: информационное обеспечение и источники финансирования»**

**План:**

1. Классификация и практическая значимость стандартов бизнес-планирования. Форматы инвестиционных бизнес-планов и соответствующие им стандарты и требования. Международные стандарты бизнес-планирования.
2. Сервис и его классификация. Принципы и задачи современного дизайна
3. Организация деятельности в дизайне.
4. Логистика сервисного обслуживания
5. Модель качества обслуживания
6. Инструменты управления качеством предоставляемых услуг
7. Объекты и субъекты инвестирования в дизайне.
8. Стратегическая сегментация рынка услуг сферы дизайна
9. Основные стратегические направления в сфере дизайна
10. Планирование объема и качества услуг сферы дизайна.

*Литература:* [1, С. 114-180; 3, С.10-171]

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Организационно-правовые формы предприятий дизайна и их особенности.

2. Качество предоставляемых услуг сферы дизайна в системе конкурентоспособности товара.
3. Основные направления совершенствования дизайна промышленного предприятия.
4. Тенденции современного дизайна: опасности и новые возможности для предприятия.
5. Логистика сервисного обслуживания
6. Модель качества обслуживания
7. Инструменты управления качеством предоставляемых услуг дизайна.

*Задания для самостоятельной работы*

**Задание 1. Подготовьте доклад / презентацию (по выбору студента):**

1. Особенности создания, реорганизации и ликвидации предприятий дизайна.
2. Правовые основы экономической деятельности предприятий дизайна.
3. Организационные и экономические возможности предприятий дизайна.
4. Предприятие и предпринимательская деятельность.
5. Взаимодействие предприятий дизайна с государственными и муниципальными структурами.
6. Клиенты, заказчики, потребители, посетители.
7. Технология разработки стратегии предприятий дизайна.

**Занятие № 3-4 к теме 3 «Структура и ключевые разделы бизнес-планирования»**

**План:**

1. Система целеполагания в организации.
2. Бизнес-план. Основные разделы бизнес-плана в дизайне. Организация процесса разработки бизнес-плана.
3. Информационное обеспечение процесса бизнес-планирования.
4. Принципы бизнес-планирования. Практическое значение принципов планирования.
5. Маркетинг-комплекс. Концепция 4Р.
6. Особенности комплекса маркетинга в сервисно-ориентированных организациях. Методика 5 Р (1Р: цена на некоммерческий продукт, 3Р: распределение и 4Р: продвижение некоммерческого продукта, 5Р: Потребители некоммерческого предприятия).
7. Концепция 4С (внешне ориентированный маркетинг-комплекс).
8. Анализ уровня конкуренции.

*Литература: [1, С. 114-180; 3, С.10-171]*

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Какой раздел бизнес-плана является первым, и какие цели он преследует?
2. Дайте краткую характеристику раздела бизнес-плана «Анализ рынка, маркетинг и продажи».
3. Что включает в себя организационный план?
4. Назовите основные этапы финансового плана. Перечислите основные документы финансового плана, укажите их функции.
5. Что включает в себя план прибылей и убытков?
6. Назовите основные статьи и разделы баланса.
7. Перечислите показатели, характеризующие критический объем услуг.
8. Назовите основные методы управления рисками.
9. Что представляет собой диверсификация?
10. Что представляет собой хеджирование?
11. Назовите перечень документов, входящих в состав приложения БП.

### *Задания для самостоятельной работы*

#### **Задание 1. Разработка основных стимулов проекта бизнес-плана.**

Стимул	Приведите пример
Наличие спроса на дизайн	
Наличие предварительных соглашений (гарантийных писем) с потребителями услуг в сфере дизайна	
Наличие полного комплекта документации	
Наличие ресурсов для реализации проектов дизайна	
Выведение на рынок новых видов услуг	
Необходимость стратегического планирования и прогнозирования дизайна	

#### **Задание 2. Подготовьте доклад / презентацию (по выбору студента):**

1. Информация о компании: миссия, видение и цели организации.
2. Идея проекта.
3. Описание продукта / услуги.
4. Анализ рынка и конкурентной среды. Специфические особенности конкурентной среды организации деятельности в дизайне.
5. Составление маркетингового плана. Схема управления маркетингом на предприятии.
6. Составление производственного плана. Планирование объемов продаж и определение точки безубыточности.
7. Планирование персонала.
8. Финансовый план: показатели финансовой устойчивости и жизнеспособности предприятия дизайна.
9. Организационный план.
10. Социальный раздел.

#### **Задание 3. Разработка основных характеристик услуг в сфере дизайна проекта бизнес-плана.**

Постановка вопроса	Характеристика
Можете ли Вы определить тот сегмент рынка, на который ориентирована предлагаемая услуга?	
Изучены ли запросы Ваших клиентов?	
Можете ли Вы эффективно довести Вашу услугу до потребителей, на которых она ориентирована?	
Назовите факторы конкурентоспособности Вашей услуги	
На какой стадии «жизненного цикла» находится Ваша услуга?	
Есть ли у Вас идеи относительно новых видов услуг или новых способов их продвижения?	
Обладаете ли Вы сбалансированным ассортиментом услуг с позиции их разнообразия и «морального устаревания»?	
Проводите ли Вы регулярную модификацию	

Ваших услуг?	
Проводите ли Вы политику обновления?	
Возможно ли копирование Ваших услуг конкурентами?	
Имеют ли Ваши услуги достаточную степень защиты?	
Отслеживаете ли Вы жалобы клиентов?	
Уменьшается ли количество жалоб со стороны клиентов?	

### **Занятия № 5-8 к теме 4 «Методы оценки внутренней и внешней среды в дизайне»**

#### **План:**

- Направления и методы исследования предпринимательской среды при создании собственного дела в дизайне.
- Факторы внутренней среды, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность.
- Факторы внешней среды, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность.
- Правила проведения, учитываемые при проведении SWOT-анализа среды дизайна.
- Факторы и составляющие проведения SWOT-анализа среды дизайна.
- Правила проведения, учитываемые при проведении PEST-анализа среды дизайна.
- Факторы и составляющие проведения PEST-анализа среды дизайна.
- Использование методов бизнес-планирования и их классификация. Методы, реализующие аналитические исследования в бизнес-планировании. Методы и подходы, реализующие задачи расчетного блока в планировании. Методы оперативного контроля за исполнением запланированных мероприятий для позиционирования предприятия дизайна в конкурентной среде.

*Литература:* [1, С. 114-180; 3, С.10-171]

#### **Вопросы для самоконтроля:**

- Элементы стандартной цепочки социальных результатов.
- Определение стейххолдеров и выявление их ожиданий.
- Ожидаемые положительные результаты.
- Потенциальные негативные результаты.
- Ожидаемые результаты.
- Проверка и определение ценности.
- Основные проблемы на пути разработки системы оценки результатов.
- Доказательная база для проведения оценки результатов.
- Методика проведения SWOT-анализа среды индустрии дизайна.
- Методика проведения PEST-анализа среды индустрии дизайна
- Модель оценки бизнес-возможностей Дж. Кикала и Т. Лайонса.
- Подводные камни при выборе новой бизнес-возможности.

*Выполнение задания на понимание терминов*

*Выполнение ситуационных заданий (кейс-стади)*

### **Занятия № 9-12 к теме 5 «Маркетинговое, производственное, организационное и финансовое бизнес-планирование»**

#### **План:**

1. Общие принципы формирования набора услуг в сфере дизайна и инициирования ввода в него новых услуг. Требования, предъявляемые к описанию социальных услуг.
2. Маркетинговый анализ бизнес-среды. План продаж. План PR и рекламы (маркетинговых коммуникаций).
3. Проблема эффективности услуг в сфере дизайна.
4. Модели и этапы решения проблем. Перспективы развивающегося подхода.
5. Формирование производственной базы предприятия дизайна и планирование его производственной деятельности.
6. Обеспечение технической и экологической безопасности дизайна. Стратегия обеспечения качества услуг.
7. Законодательно-правовые условия работы бизнеса (общие и специфические отраслевые). Основные участники проекта, их роль и порядок взаимодействия.
8. Философия управления бизнесом и организационная структура управления предприятием. Ключевой управленческий персонал (команда проекта/информация о руководителях) и кадровая политика фирмы. Календарный план работ по проекту бизнес-плана дизайна.
9. Основные этапы процесса управления рисками. Методы идентификации, оценки и отслеживания рисков. Нормативы для проведения экономических расчетов. Расчет точки безубыточности. Финансово-экономические результаты деятельности предприятия. Инвестиционный план. Оценка экономической эффективности проекта в сфере дизайна.

*Литература:* [1, С. 114-180; 3, С.10-171]

#### **Вопросы для самоконтроля:**

##### **Маркетинговое бизнес-планирование**

1. Почему в бизнес-плане предприятия дизайна необходим раздел, посвященный маркетинговым исследованиям?
2. Каковы цели и стратегии маркетинга?
3. Почему при подготовке бизнес-плана требуется детализировать цели маркетинга по продаже товаров определенного ассортимента, по проникновению на отдельные рынки, по перспективам роста рынков?
4. Как должна учитываться конкуренция на рынках сбыта при выборе предприятием в сфере дизайна стратегии маркетинга?
5. Что представляет собой и с помощью каких инструментов проводится анализ рынков сбыта и конкуренции?

##### **Производственное бизнес-планирование**

1. Необходимость выделения целевых сегментов рынка.
2. Планирование объемов сбыта дизайна.
3. Анализ и планирование использования системы скидок. Планово-контрольные расчеты влияния скидок на доходность бизнеса.
4. Что представляет собой и с помощью каких инструментов проводится анализ рынков сбыта и конкуренции в сфере дизайна?
5. Какие методы ценообразования на новый продукт могут использоваться разработчиками бизнес-плана на предприятии сферы дизайна?

##### **Организационное бизнес-планирование**

1. Какие детерминанты объемов услуг в сфере дизайна вам известны?
2. Какое влияние они оказывают на максимальный объем оказания услуг предприятием дизайна?

3. Какие методы должны быть задействованы, чтобы сформировать оптимальную продуктовую программу предприятия в ситуации полной загрузки производственных мощностей и при наличии нескольких (множества) «узких» мест? Каков критерий принятия планового решения в такой ситуации?
4. Каковы сложности формирования оптимальной программы развития в сфере дизайна?
5. Каковы взаимосвязи плана ресурсов в сфере дизайна с другими разделами производственного плана предприятия?

### **Финансовое бизнес-планирование**

1. Каковы источники финансирования организаций, работающих в сфере деятельности дизайна?
2. Показатели финансовой устойчивости деятельности предприятия в сфере дизайна.
3. Каким образом проводится оценка эффективности деятельности организации в сфере дизайна?
4. Как определяется социальный индекс? Что такое коэффициент социальной рентабельности?
5. Как определяется срок окупаемости социальных инвестиций? Каковы критерии признания экономической эффективности в сфере дизайна?

### *Задания для самостоятельной работы*

1. Составление и оформление алгоритма создания и бизнес-модели проекта в сфере дизайна.
2. Защита алгоритма создания и бизнес-модели проекта в сфере дизайна.