

Министерство образования и науки Российской Федерации
Читинский институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Байкальский государственный университет»
(ЧИ ФГБОУ ВО «БГУ»)

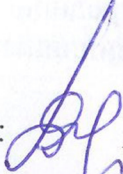
Кафедра «Мировая экономика, предпринимательство
и гуманитарные дисциплины»

ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Методические указания по выполнению курсовой работы
бакалавриата направления 38.03.01 «Экономика» Профиль подготовки
«Экономика предприятия и предпринимательская деятельность»
для 4 курса очной и заочной форм обучения

Чита, 2016

Экономика организации и предпринимательская деятельность: методические указания предназначены для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» профиль «Экономика предприятия и предпринимательская деятельность» 4 курса очной и заочной форм обучения.

Составитель:  к.э.н., ведущий доцент М.П. Таскаева

Рецензент:  к.э.н., доцент Л. А. Болтовская

Методические рекомендации утверждены и рекомендованы к печати кафедрой Мировой экономики, предпринимательства и гуманитарные дисциплины
Протокол № 1 от «15» сентября 2016 г.

Печатается по решению учебно-методической комиссии Читинского института федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Байкальский государственный университет»

Протокол № 1 от «23» сентября 2016 г.

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	4
1 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	4
1.1 Цель и задачи курсовой работы	4
1.2 Содержание курсовой работы.....	5
2 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	14
3 РЕЦЕНЗИРОВАНИЕ И ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	14
4 РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	16
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 – ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ».....	17
ПРИЛОЖЕНИЕ 2– ОБРАЗЕЦ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА.....	18
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 – ОБРАЗЕЦ ОГЛАВЛЕНИЯ	19

Введение

«Экономика и организация предпринимательской деятельности» является одной из профилирующих дисциплин при подготовке обучающихся бакалавриата направления 38.03.01. Экономика профиля подготовки Экономика предприятия и предпринимательская деятельность.

Целью дисциплины является изучение экономической сущности предпринимательской деятельности в современных условиях хозяйствования и приобретение обучающимися практических навыков обоснования организации и развития эффективной предпринимательской деятельности.

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Экономика и организация предпринимательской деятельности» – неотъемлемый элемент учебного процесса. Подготовка и защита курсовой работы служит углублению знаний обучающихся, содействует приобретению у них практических навыков аналитической работы при организации и развитии предпринимательской деятельности.

1 Методические указания по выполнению курсовой работы

1.1 Цель и задачи курсовой работы

Выполнение курсовой работы имеет цель закрепить теоретические знания и приобретение обучающимися практических навыков обоснования организации и развития эффективной предпринимательской деятельности.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- закрепить теоретические знания, полученные при изучении дисциплины «Экономика и организация предпринимательской деятельности»;
- развить практические навыки разработки бизнес-плана создания или развития действующего предприятия;
- научить обучающегося самостоятельно пользоваться справочной, нормативной и учебной литературой.

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Экономика и организация предпринимательской деятельности» – неотъемлемый элемент учебного процесса. Подготовка и защита курсовой работы служит углублению знаний обучающихся, содействует приобретению у них практических навыков аналитической и научно-исследовательской работы при изучении экономических проблем предприятия и направлена на формирование следующих компетенций:

<i>Код</i>	<i>Компетенция</i>
------------	--------------------

компетенции	
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ОК-4	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-5	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-6	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию
ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-3	способностью выбирать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы
ОПК-4	способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовностью нести за них ответственность
ПК-1	способностью собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
ПК-2	способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитывать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов
ПК-5	способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений
ПК-11	способностью критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

1.2 Содержание курсовой работы

Курсовая работа по «Экономике и организации предпринимательской деятельности» выполняется на примере «собственного дела» (приложение 1).

В приведенных темах курсовых работ есть элементы научно-исследовательской работы в части маркетингового исследования и анализа рынка.

Задание на курсовую работу включает в себя самостоятельно выбранный вид деятельности. Для выбора вида деятельности ограничений не ставится. Это может быть любой разрешенный законом вид деятельности, который студент считает для себя приемлемым, понятным ему и обеспечивающим конечные результаты – прибыль, самоудовлетворение, утверждение престижа и т.д. В случае затруднения преподаватель может предложить ряд своих идей.

В работе необходимо выделить следующие разделы:

Резюме

1. Характеристика отрасли.
2. Характеристика предприятия.
3. Характеристика проекта.
4. Описание продукции.
5. Исследование и анализ рынка.
6. План маркетинга.
7. Организационный план
8. Производственный план.
9. Финансовый план.
10. План риска и страхования.
11. Список используемой литературы.
12. Приложения.

Каждый раздел должен иметь номер и наименование. Таблицы должны иметь номер и наименование.

После окончания расчетов, таблиц или раздела в целом желательно сделать вывод из предшествующих расчетов, полученных результатов, отметить особенности, динамику, причины изменений и т.д.

Рекомендации по выполнению отдельных разделов курсовой работы.

Резюме.

В резюме приводится следующая информация:

- суть проекта;
- эффективность проекта;
- сведения о предприятии реализующей проект;
- источники финансирования проекта;
- гарантии возврата инвестиций.

1. Характеристика отрасли. Цель данного раздела – вызвать со стороны потенциальных инвесторов доверие к будущему предпринимательскому начинанию. Для этого нужно раскрыть перспективные возможности предприятия и продемонстрировать глубокое понимание состояния отрасли, в которой Вы собираетесь успешно работать и конкурировать.

2. Характеристика предприятия. В данном разделе приводится подробная информация о предприятии (предпринимателе) – инициаторе проекта:

- юридический статус (организационно-правовая форма, дата регистрации, номер регистрационного свидетельства, наименование органа, зарегистрировавшего предприятие) и правовые основы ведения деятельности;
- размер, полнота внесения уставного капитала, основные учредители, их доли, паи, акции;
- местонахождение (юридический, фактический, почтовый адрес), положительные (отрицательные) факторы месторасположения (низкая арендная плата, близость транспортных путей, потребителей и т.д.);
- краткая характеристика материально-технической и производственной базы (зданий, сооружений, оборудования, срок их эксплуатации и т.д.);
- кадровый состав предприятия;
- структура управления предприятием;
- основные сведения о руководящих сотрудниках предприятия (год рождения, образование, опыт предпринимательской деятельности, достижения);
- сфера деятельности предприятия, виды выпускаемой продукции (работ, услуг), объем производства и реализации за предыдущий год с поквартальной разбивкой в стоимостном и натуральном выражении (для непромышленной сферы – объем реализации продукции, уровень издержек обращения), уровень качества и конкурентоспособность выпускаемой продукции;
- кредитная история предприятия;
- оценка финансового состояния предприятия в настоящее время (бухгалтерский баланс, форма №2, расшифровку сумм дебиторской и кредиторской задолженности, суммы заемных средств с указанием сроков и условий погашения кредита приложить к бизнес-плану);
- перспективы развития предприятия.

3. Характеристика проекта.

В данном разделе следует отразить следующие моменты:

- главные цели и задачи деятельности предприятия (например, расширение ассортимента, увеличение объема производства, расширение рынков сбыта и т.д.), перечень конкретных мероприятий, которые необходимо реализовать для достижения поставленных целей (возможно определение промежуточных этапов, установление приоритетных целей);
- время и взаимосвязь главных событий, способствующих внедрению проекта и реализующих его цели, указывается в календарном плане;
- указать причины успешности данного проекта, выделить его «изюминку».

4. Описание продукции. Любой предпринимательский проект базируется на производстве или реализации какой-либо продукции, которая будет предложена потребителю. Поэтому в данном разделе необходимо наглядное и убедительное представление планируемого в проекте товара.

В разделе приводится следующая информация:

- наименование товара и его краткое описание, основные характеристики;
- назначение, область применения, перспективность выпуска и конкурентоспособность товара;
- степень готовности товара к производству;
- наличие и необходимость получения лицензии, сертификатов качества и других документов (в приложении желательно копии этих документов);
- безопасность и экологичность товара;
- дизайн, упаковка товара;
- послепродажное обслуживание, гарантии на товар;
- примерная цена товара (работы, услуги), ожидаемая норма прибыли;
- прогноз продаж;
- патенты или авторские права, защищающие данный продукт.

5. Исследование и анализ рынка. Оценка рынка и конкурентоспособности предприятия осуществляется посредством изучения многообразных факторов, оказывающих влияние на состояние рынка.

В основу методологического подхода для исследования рынка должен быть заложен принцип комплексности, предполагающий выявление системы взаимосвязей между различными факторами.

С этой целью в бизнес-плане выделяются три блока проблем, позволяющие охарактеризовать рынок предлагаемого товара или услуги (либо на локальном, либо на региональном рынках).

Первый блок – анализ спроса на предлагаемый товар или услугу на исследуемом рынке.

Второй блок – определение и прогнозирование емкости рынка.

Третий блок - исследование условий конкуренции.

Анализ спроса следует начинать с определения емкости рынка и объема рыночного спроса.

Следующим этапом анализа и исследования рынка является сегментация рынка и изучение рынка потребителя. При анализе рынка потребителя необходимо определить, кто является конечным потребителем вашего товара: юридические или физические лица, а затем приступить к сбору информации.

В соответствии с тем, кто является вашим конечным потребителем и выстраивается дальнейший анализ, который в общем виде состоит из двух основных разделов.

В *первом разделе* проводится укрупненная сегментация рынка потребителя, с тем, чтобы определить круг потенциальных потребителей товара, емкость данного рынка и уровень конкуренции в сегменте.

Во *втором разделе* проводится детальная сегментация рынка потребителя с целью определения непосредственных потребителей для подписания с ними предварительных договоров о поставке товара.

В результате анализа должен быть известен:

- объем продукции с устойчивым сбытом (заключены договора на поставку товара) на период равный или превышающий срок окупаемости проекта;

- объем продукции с устойчивым сбытом (заключены договора на поставку товара) на период меньший срока окупаемости проекта;

- объем продукции, обеспеченный только разовыми приобретениями (прогнозное количество непосредственных потребителей, договора на поставку товара с которыми не были заключены);

- объем продукции, потребитель на которую не определен (прогнозное количество оставшихся потенциальных потребителей).

Сумма перечисленных выше прогнозных объемов потребляемой продукции должна быть меньше или равна общей емкости рынка сбыта товара.

Третий блок проблем связан с неотъемлемой частью рынка, а именно с *исследованием условий конкуренции*. Анализ рынка конкурентов можно разделить на две части: общий анализ и детальный анализ.

Общий анализ включает в себя: определение потенциальных конкурентов и оценку уровня конкуренции на предполагаемом к внедрению рынке.

Детальный анализ включает в себя: определение и оценку конкурентоспособности основных конкурентов, их сильные и слабые стороны разработку основных направлений внедрения разрабатываемого предприятия или продукта на планируемый рынок.

Среди показателей, рассматриваемых при анализе конкурентоспособности, важно отметить такие, как качество товара, ассортимент, доступность, сервис, гарантии, рекламная деятельность, обслуживание потребителей, уровень профессионализма продавцов.

При оценке собранной информации о конкурентах необходимо использовать требования потребителей к товару и их мнения о конкурентах. Для этого *рекомендуется провести опрос среди потребителей товаров потенциальных конкурентов.*

Следует отметить недостатки и преимущества конкурирующих фирм, определить сферу каждого конкурента на рынке, показать объем продаж, доходы конкурентов, выявить лидера среди конкурентов по уровню обслуживания, цене, качеству товара.

Сделать вывод, что является основной областью конкуренции (цена, качество, сервис, имидж предприятия и т.д.).

6. План маркетинга. При разработке плана маркетинга учитываются потенциальные возможности предприятия, а именно отработанность технологического цикла, система основных и вспомогательных цехов, система снабжения и сбыта продукции.

Основные разделы плана маркетинга представлены на рисунке. Первым элементом комплекса маркетинга по продукту является *товарная политика*, под которой понимается политика в отношении разработки и продаж нового товара, широты ассортимента, продаваемых товаров и т.д.

Она включает в себя определение основной товарной стратегии – дифференциация, диверсификация, вертикальная интеграция, узкая специализация, а также маркетинговые характеристики товаров, для чего используются следующие данные:

- планирование ассортиментного ряда выпускаемой продукции;
- анализ товаров-заменителей и аналогов;
- требования к послепродажному обслуживанию, к организации поставок.

Следующим элементом комплекса маркетинга является *ценовая политика*. Анализ рынка цен начинается с анализа уже сложившихся цен

на идентичные, подобные товары или товары заменители (субституты) у конкурентов.

Сбытовая политика является стратегией формирования и развития каналов товародвижения (организация филиалов, оптовых и розничных магазинов, сети посредников по сбыту выпускаемой продукции, складской сети).

Следующим шагом в разработке плана маркетинга является определение *коммуникационной политики*, под которой понимается стратегия формирования спроса и стимулирования сбыта (план проведения рекламных мероприятий, план участия в выставках, ярмарках, рассылках образцов и т.д.).

Для каждой стратегии развития предприятия нужен свой план маркетинга.

Основная цель их составления:

- определение необходимых средств на проведение рекламных мероприятий;
- приблизительное определение отдачи от этих мероприятий;
- планирование работы директора предприятия на первый год функционирования предприятия.

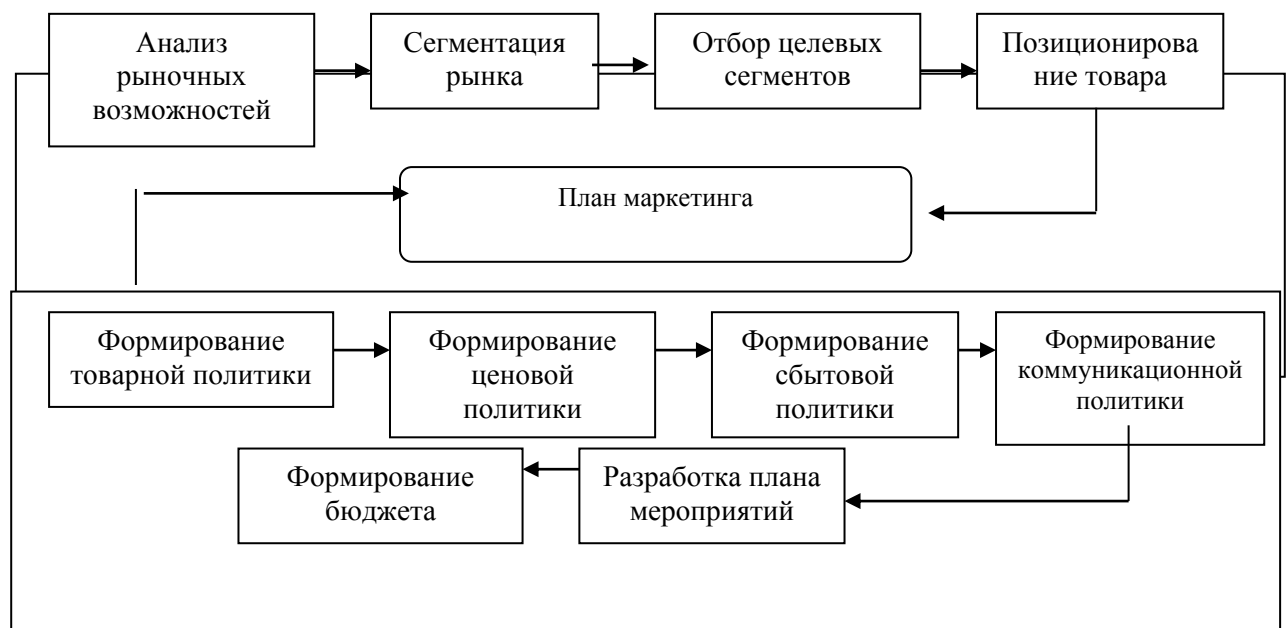


Рисунок – Основные составляющие плана маркетинга

Для реализации проекта центральное место среди маркетинговых мероприятий займут действия по позиционированию намечаемого к производству товара на рынке и меры по обеспечению их конкурентоспособности.

Кроме того, на этом этапе решается также ряд задач организационно-технического характера, которые должны обеспечить выход на

предполагаемый рынок (рекламная кампания, формирование благоприятного общественного мнения).

7. Организационный план. Для реализации предпринимательского начинания важное значение имеет организационное планирование.

В процессе его реализации формируется организационная структура предприятия, направленная на установление четких взаимосвязей между его отдельными подразделениями: определяются количество и размер цехов, из взаимоподчиненность, размеры и организационная структура обслуживающих и управленческих подразделений (маркетинга, материального обеспечения, сбыта и др.), а также администрации.

В данном разделе необходимо ответить на ряд вопросов:

- поддержка и различного вида льготы в организации данного бизнеса;
- команда управления и ведущие специалисты;
- основные партнеры по реализации проекта;
- штатное расписание предприятия;
- режим работы;
- заработная плата и стимулирование работников предприятия;
- контракты, договора и должностные инструкции с работниками.

В начале раздела приводится планируемая организационная структура управления предприятием. В случае если организационная структура за планируемый период времени будет изменена, то необходимо привести следующую организационную структуру или основные направления ее изменения.

Итоговый документ этого раздела плана определяет общую потребность в персонале и средствах на оплату труда.

8. Производственный план. Стратегические и тактические возможности предприятия неразрывно связаны с показателями его производственной мощности. Поэтому хорошо разработанный и отточенный производственный план является основой благополучного функционирования предприятия.

В данном разделе бизнес-проекта необходимо осветить большой спектр различных вопросов:

- месторасположение предприятия и развитие инфраструктуры данного региона;
- обеспеченность земельными площадями;
- альтернативные варианты размещения предприятия;
- обеспеченность производственными площадями и помещениями;
- обеспеченность транспортом, связью, энергетическим и инженерным оборудованием;

- технология, качество и сертификация производства;
- необходимое оборудование, оснастка, инструмент;
- необходимые ресурсы;
- поставщики сырья и материалов;
- циклограмма производства и реализации продукции;
- экологичность и безопасность производства.

По возможности вся информация заносится в таблицы.

Для расчета финансовых потоков следует рассчитать себестоимость выпускаемой продукции. Для этого производятся расчеты:

- сметы затрат на содержание и эксплуатацию оборудования;
- сметы цеховых расходов;
- сметы общезаводских расходов.

На основании вышеприведенных расчетов рассчитывается себестоимость продукции и выручка от реализации.

9. Финансовый план. Венцом разработки бизнес-проекта является финансовый план, который дает количественную оценку всей проведенной работе.

Для обоснования экономической эффективности инвестиционного проекта производятся расчеты следующих показателей: чистый дисконтированный доход (NPV), индекс рентабельности инвестиций (PI), срок окупаемости инвестиционного проекта (PP); внутренняя норма прибыли (IRR), бухгалтерская рентабельность инвестиций (ARR).

При обосновании эффективности инвестиционного проекта необходимо оценить бюджетную эффективность проекта. Ставки и условия налогообложения прибыли принимаются на момент выполнения курсовой работы.

В данном разделе необходимо привести график погашения кредита.

Кроме расчета показателей экономической эффективности проекта при заданном объеме производства следует определить точку безубыточности (точку равновесия), то есть объем производства, при котором прибыль равна нулю.

Социальная эффективность инвестиционного проекта заключается в создании, сохранении, реконструкции и модернизации рабочих мест в ходе реализации инвестиционного проекта, в том рабочих. При этом необходимо указать среднемесячную заработную плату персонала и размер фонда заработной платы.

10. План риска и страхования. Риск в бизнес-проекте может быть выражен вероятностью отклонения или изменения фактически полученных данных от их планируемых величин. Различают коммерческие риски, связанные с реализацией товаров, перевозкой грузов, с приемкой и

оплатой товаров и др. Источником возникновения названного риска могут быть:

- недостаточная информация о спросе на данный товар;
- недостаточный анализ рынка;
- недооценка своих конкурентов;
- падение спроса на данный товар и др.

Действия перечисленных рисков можно ограничить путем проведения строгой проверки финансового положения и репутации будущих партнеров. Кроме того, можно часть риска переложить на других партнеров (на страховое общество).

Для разработки плана управления риском в бизнес-проекте проводится анализ чувствительности, цель которого - определение степени влияния варьируемых факторов на финансовый результат проекта.

На основе анализа выявляются факторы, наиболее существенно влияющие на выбранный конечный интегральный показатель результата проекта. После проведения анализа чувствительности и выявления основных факторов, влияющих на реализацию проекта, рекомендуется разработать минимум три сценария развития событий при внедрении проекта – пессимистичный, расчетный, оптимистический.

На основе анализа результатов, полученных в ходе разработки сценариев развития событий при внедрении проекта, формируется план действий планируемого предприятия для его наиболее эффективного функционирования при изменении каких-либо факторов.

Экспертиза проектного решения и оценка рисков изменений предполагает проведение пофакторного анализа устойчивости и чувствительности с целью определения «узких мест».

2 Рекомендации по оформлению курсовой работы

Объём курсовой работы должен составлять 30-40 страниц машинописного текста.

Оформление курсовой работы должно соответствовать методическим указаниям «Подготовка и оформление выпускной квалификационной работы по специальностям и направлениям высшего профессионального образования: методические указания / сост. О.А. Захарова, Е.А. Михайлова, А.В. Литвинцев. Чита, 2013. – 37с.».

Образцы оформления титульного листа и оглавления работы приведены в Приложении 2 и 3.

3 Рецензирование и защита курсовой работы

Курсовая работа должна быть сдана на кафедру не позднее, чем за 15 дней до экзамена по дисциплине. Работы, представленные с нарушением этого срока без уважительных причин, рецензированию не подлежат.

При рецензировании и оценке курсовой работы учитывается комплексность проведенного анализа, умения студентов давать характеристику рассчитанным показателям, на их основе выявлять возможности для развития предприятия и делать практические рекомендации.

Работа должна иметь соответствующий литературный стиль, качественное оформление и грамотное изложение.

Проверенную курсовую работу обучающийся может получить через 10 дней с момента сдачи работы на кафедру.

В том случае, если курсовая работа не допущена к защите, студент должен ее доработать в соответствии с общими требованиями к курсовой работе и замечаниями, которые содержатся в рецензии преподавателя. Доработанный вариант необходимо повторно предоставить для рецензирования вместе с рецензией на первый вариант работы.

Завершающим этапом является защита курсовой работы. На защите обучающийся в краткой форме излагает основные этапы разработанного бизнес-плана, основные выводы и практическую ценность предложенного инвестиционного проекта. В процессе изложения существа вопроса обучающийся дает ответы на замечания рецензента. В процессе защиты обучающийся вправе пользоваться материалами курсовой работы.

4 Рекомендуемая литература

Нормативно-правовые акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. М.: Кодекс, 1996.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая и вторая. Официальный текст по состоянию на 1 февраля 2001 г. – М.: Издательство НОРМА, 2001. – 272 с.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации. Федеральный закон Российской Федерации от 30 декабря 2001 г., № 197-ФЗ. – 168 с.
4. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон РФ №209-ФЗ от 27 июля 2007 г.

Рекомендуемая литература

5. Ларионов, И.К. Предпринимательство. Учебник для магистров [Электронный ресурс] / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов. - М. : Дашков и Ко, 2014. - 191 с. - (Учебные издания для магистров) - ISBN 978-5-394-02198-5. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221290>. РМО
6. Савкина, Р.В. Организация предпринимательской деятельности [Текст] : учеб. пособие / Р.В. Савкина, Е.Г. Мальцева. - М. : Кнорус, 2014. – 214 с. + Приложения. РУМО.
10. Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности [Текст]: Учеб. / А.Н. Асаул. - 4-е изд. - СПб.: Питер, 2013. - 352 с. + Приложения. РМО
11. Таскаева, М.П. Бизнес-планирование: учебное пособие для вузов, обучающихся по направлению подготовки «Экономика» (уровень бакалавриата) / М.П. Таскаева. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2015. – 142с.

3.2.3. Электронные ресурсы:

<http://elibrary.ru/> – крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 14 млн. научных статей и публикаций.

<http://www.edu.ru/> – федеральный образовательный портал

<http://www.gks.ru/> – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики

Приложение 1 – Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Экономика и организация предпринимательской деятельности» с элементами научно-исследовательской работы

№ п/п	Тема курсовой работы
1	Разработка бизнес-плана по организации парикмахерской для животных
2	Разработка бизнес-плана по организации ветеринарной клиники
3	Разработка бизнес-плана по организации производства одноразовой посуды
4	Разработка бизнес-плана по открытию кафе-мороженого
5	Разработка бизнес-плана по переработке и упаковке кедрового ореха
6	Бизнес-план "Отдел брендовой одежды"
7	Разработка бизнес-плана по организации суши-бара
8	Разработка бизнес-плана по расширению деятельности К(Ф)Х
9	Разработка бизнес-плана расширения предприятия путем внедрения новых видов услуг (ЖКХ, связь, транспорт и тд.)
10	Разработка бизнес-плана открытия аптеки
11	Бизнес-план расширения материально-технической базы сельскохозяйственного кооператива
12	Бизнес-план по организации глубокой переработки древесины
13	Бизнес-план по организации выпуска новых видов хлебобулочных изделий
14	Бизнес-план по организации выпуска строительных материалов (пеноблоки, шлакоблоки, тротуарная плитка)
15	Бизнес-план по открытию салона красоты (маникюр, парикмахерская, спа-салон)
16	Бизнес-план по открытию торгового предприятия
17	Бизнес-план по открытию предприятия общественного питания
18	Бизнес-план по организации ремонта и пошива одежды
19	Бизнес-план по открытию химчистки одежды
20	Бизнес-план по открытию бани, сауны
21	Бизнес-план по открытию СТО
22	Бизнес-план по открытию мастерской по ремонту обуви
23	Бизнес-план по переработке сельхозпродукции
24	Бизнес-план по производству сельхозпродукции
25	Бизнес-план по открытию платной стоянки для автомобилей

Приложение 2– Образец титульного листа

Министерство образования и науки РФ
ЧИТИНСКИЙ ИНСТИТУТ (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ЧИ ФГБОУ ВО «БГУ»)
Кафедра Мировая экономика, предпринимательство и гуманитарные
дисциплины

КУРСОВАЯ РАБОТА ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»
на тему: Бизнес-план по открытию магазина «Фруктовый рай»

Исполнитель _____
(дата, подпись) (группа, Ф.И.О)

Руководитель _____
(дата, подпись) (должность, Ф.И.О)

Чита, 2016

Приложение 3 – Образец оглавления

Оглавление

Резюме

1. Характеристика отрасли
2. Характеристика предприятия
3. Характеристика проекта
4. Описание продукции
5. Исследование и анализ рынка
6. План маркетинга
7. Организационный план
8. Производственный план
9. Финансовый план
10. План риска и страхования

Список используемой литературы

Приложения

Учебное издание

ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Методические указания по выполнению курсовой работы
бакалавриата направления 38.03.01 «Экономика» Профиль подготовки
«Экономика предприятия и предпринимательская деятельность»
для 4 курса очной и заочной форм обучения

Составитель: *Таскаева Марина Павловна*

Подписано в печать_16. Формат 60х90 1/16. Бумага офсетная. Печать
трафаретная. Усл. печ. л._Тираж 20 экз.