Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»
Кафедра лазерных систем

Паспорт
расчетно-графического задания (работы)

по дисциплине «Маркетинг и менеджмент», 1 семестр

1. Методика оценки

Выполнение расчетно-графического задания (работы) (далее - РГЗ(Р)) является формой текущей аттестации (контроля) по дисциплине, предусмотренной учебным планом.
Цель РГЗ(Р): студенты должны освоить и научиться составлению бизнес-плана.

В рамках расчетно-графического задания (работы) по дисциплине студенты должны в группах по 3-4 человека составить фрагмент бизнес-плана (маркетинговое обоснование) по реализации какой-нибудь бизнес-идеи.
При выполнении расчетно-графического задания (работы) студенты должны использовать схему:

Описание вида деятельности:
Какую проблему вы нашли в обществе? Как ее можно решить? Каким бизнесом это может быть? Какие товары вы будете производить или какие услуги оказывать? Кто является потребителем вашей продукции? Почему дело обещает быть прибыльным (или имеет хорошие перспективы для развития)?

Заявление цели бизнеса:
Каковы основные цели вашей предпринимательской деятельности? Какое ваше видение бизнеса, миссия? Каковы ваши общие цели?

Продукт/услуга:
Какие потребности призван удовлетворить ваш продукт/услуга? Что особенного в нем, и почему потребители будут отличать его от товаров/услуг ваших конкурентов и предпочитать?

Анализ отрасли и рынка:
В какую отрасль вы попали, ее особенности и основные характеристики. Постройте PEST-анализ. Каким вы представляете свой рынок? Какие товары/услуги здесь пользуются спросом? Как бы вы охарактеризовали свой рынок? Почему люди будут покупать ваш товар/услугу? Каким образом расширить круг таких покупателей? Какова емкость вашего рынка (рынков)? Какой может быть доля вашего рынка? Каков потенциал роста данного рынка? Относится данный рынок к числу конкурентных? Чем привлечь покупателей и как удержать их внимание?

Конкуренция:
Кто является крупнейшим производителем аналогичной продукции/услуги? Как обстоят их дела с объемами продаж, доходами; много ли внимания и средств они уделяют рекламе? Что собой представляет их продукция (основные характеристики, уровень качества, дизайн, мнение покупателей)? Каков уровень цен на продукцию конкурентов; какова хотя бы в общих чертах их политика цен?

Потребители:
Кто покупает и использует ваш товар/услугу? Кто самый крупный покупатель? Кто является потенциальным потребителем среди тех, кто в настоящее время не покупает товар? Как сегментировать рынок? Каковы мотивы покупок и потребления товара?

Каковы потребительские предпочтения, обычаи, мода? Каковы вероятные изменения мотивации потребителей? Удовлетворены ли потребности покупателей?

Стратегии маркетинга:

Ваша система ценообразования. Какой подход используете? Предлагаемая система скидок. Сравнение с существующим уровнем цен. Организация сбыта продукции. Каналы сбыта. Система продвижения товара на рынок. Примерный объем затрат. Организация рекламы. Стимулирующие мероприятия. PR. Стратегия роста. Выход на другие сегменты рынка.

Какие доходы и расходы предполагаются при функционировании вашего предприятия? Какой примерный объем денег необходим на начало? Как быстро он окупится?

Резюме

К какому выводу вы пришли, анализирую идею? Имеет ли она шансы быть успешной? Обоснуйте любой ответ.

Преподаватель осуществляет руководство по выполнению задания, оказывает консультационную помощь и принимает отчет по РГЗ(Р).

По результатам выполнения РГЗ(Р) выполняется отчет, который состоит из следующих частей:

1. Обоснование выбранной идеи
2. Установление целей: видение вашего бизнеса, если есть, миссия, цели.
3. PEST-анализ
4. Отрасль: размер, темп роста, прибыльность, перспективы роста, стадия жизненного цикла, особенности
5. Описание рынка: емкость, доли конкурентов, сегментация
6. Конкуренты: таблица и описание каждого прямого конкурента
7. Ключевые факторы успеха
8. Ваши потребители: все подробности и особенности
9. Способы позиционирования, сбыт, ценообразование, продвижение
10. План доходов
11. Резюме

Требования к оформлению:

Объем РГЗ(Р) до 30 страниц машинописного текста формата А4. Шрифт Times New Roman, 12. Нумерация страниц сквозная, в нижней части листа по центру арабскими цифрами. Работа должна быть отредактирована, не содержать орфографических, синтаксических и стилевых ошибок.

РГЗ(Р) в установленные сроки сдается на кафедру для проверки. Преподаватель оценивает качество работы, отмечает положительные стороны и недостатки работы и определяет, допускается ли она к защите. При необходимости преподаватель возвращает РГЗ(Р) студентам для доработки и устанавливает сроки повторного предоставления для проверки. До защиты работы студентами должны быть сделаны необходимые исправления и дополнения по всем замечаниям преподавателя.

При положительном результате оценивания РГЗ(Р) студенты её распечатывают, передают на кафедру и защищает до сессии в назначенное преподавателем время.

Защита РГЗ(Р) состоит в представлении группой презентации проекта перед преподавателем и студентами. В процессе защиты выявляется уровень знаний студентов, степень его самостоятельности при выполнении работы. Вклад каждого из участников группы оценивается по результатам его вклада в представление презентации и ответам на

вопросы. По результатам защиты студенту выставляется оценка в соответствии с критериями, приведенными в п. 2 настоящего Паспорта.

2. Критерии оценки результатов обучения, соотнесенных с уровнями освоения индикаторов достижения компетенций

Общие правила выставления оценок текущей аттестации определяются балльно-рейтинговой системой, установленной локальным актом НГТУ.

РГЗ(Р) считается выполненной **на продвинутом** уровне, если анализ идеи выполнен в полном объеме, признаки и параметры диагностирования обоснованы, сделаны качественные выводы. Совокупность запланированных результатов и соотнесенных с ними индикаторов достижения компетенций не содержит пробелов. Закрепленные за РГЗ(Р) компетенции сформированы на продвинутом уровне. Оценка составляет *от 71 до 80 баллов.*

РГЗ(Р) считается выполненной **на базовом** уровне, если анализ идеи выполнен в полном объеме, признаки и параметры диагностирования обоснованы. Совокупность запланированных результатов и соотнесенных с ними индикаторов достижения компетенций содержит несущественные пробелы. Закрепленные за РГЗ(Р) компетенции сформированы на базовом уровне. Оценка составляет *от 61 до 70 баллов.*

РГЗ(Р) считается выполненной **на пороговом** уровне, если части РГЗ(Р) выполнены формально: анализ макросреды выполнен без подтверждения фактов, не посчитана емкость рынка. Совокупность запланированных результатов и соотнесенных с ними индикаторов достижения компетенций содержит существенные пробелы. Закрепленные за РГЗ(Р) компетенции сформированы на пороговом уровне. Оценка составляет *от 40 до 60 баллов.*

РГЗ(Р) считается **не выполненной** (ниже порогового уровня), если выполнены не все части РГЗ(Р), отсутствует анализ идея, не проведен PEST-анализ и анализ рынка. Совокупность запланированных результатов и соотнесенных с ними индикаторов достижения компетенций содержит множественные существенные пробелы. Закрепленные за РГЗ(Р) компетенции не сформированы. Оценка составляет менее *40* баллов.

3. Шкала оценки

В общей оценке по дисциплине баллы за РГЗ(Р) учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

РГЗ(Р) как форма текущей аттестации (контроля) по дисциплине считается успешно выполненной, если сумма полученных баллов по всем его заданиям составляет от 40 до 80 баллов включительно.

4. Примерный перечень тем РГЗ(Р)

Студенты сами выбирают бизнес-идею, по которой будут проводить бизнес-исследование, и согласуют ее с преподавателем.