



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ТУЙМАЗИНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ

**Методическая разработка**  
**по дисциплине «Экономике<sup>a</sup> организации»**  
**«Деловая игра «Создай свой бизнес»**  
**по специальности**  
**38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет**  
**(по отраслям)**



**Ф.И.О.: Нафикова Раушания Файрузовна**

**Должность: преподаватель**

**Место работы: ГАПОУ Туймазинский индустриальный колледж**

Рассмотрено  
на заседании ЦМК  
Протокол № 6  
« 16 » марта 2023 г.  
И.А. Максименко /Максименко И.А.

Утверждаю  
Зам. директора по УМР

Г.Х. Каримова /Каримова Г.Х  
« 19 » 05 2023 г.

Методическая разработка рассмотрена на заседании цикловой комиссии Сфера услуг. Рекомендована к использованию в учреждения профессионального образования при изучении тем, пересекающихся с финансовой и предпринимательской грамотностью, а также допобразовании

Протокол от « 16 » марта 2023 г. № 6

Председатель комиссии: И.А. Максименко

#### Аннотация

Методическая разработка учебного занятия по теме Создай свой бизнес разработана на основе ФГОС СПО по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) и в соответствии с рабочей программой ОП.08 Основы бухгалтерского учета

Автор составитель: Нафикова Р.Ф.

Рецензент: Максименко И.А.

## Содержание.

- |  |            |
|--|------------|
| 1. Ведение   | 4-7 стр.   |
| 2. Первый этап деловой игры «Создай свой бизнес».              | 8-14 стр.  |
| 3. Второй этап деловой игры «Создай свой бизнес».              | 15-24 стр. |
| 4. Третий этап деловой игры «Создай свой бизнес».              | 25-27 стр. |
| 5. Библиографический список                                    | 28-30 стр. |
| 6. Приложение №1 (титульные листы презентации «Бизнес-планов») |            |

Цель деловой игры «Создай свой бизнес» – активизировать творческую инициативу студентов, предоставить возможность применить полученные теоретические знания в практических ситуациях, показать необходимость постоянного пополнения этих знаний для формирования экономических знаний у ее участников.

Задачи деловой игры:

- расширить знания студентов в области «Экономики организации»;
- способствовать вовлечению молодежи в бизнес-среду;
- научиться работать в команде, правильно ставить цель, задачи по ее достижению и распределять свои возможности.

Деловая игра «Создай свой бизнес» предназначена для организации занятий и проведения деловых игр со студентами, как младших, так и старших курсов по направлению подготовки 38.02.01 «Экономика организации». Деловая игра может проводиться в соревновательной форме между командами.

Процесс организации и проведения деловой игры «Создай свой бизнес» способствует формированию у студентов направления подготовки 38.02.01 «Экономика организации», следующих общекультурных компетенций: ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОК-7; общепрофессиональных компетенций: ОПК-2, ОПК-4; профессиональных компетенций: расчетно-экономическая деятельность ПК-1, ПК-3, аналитическая, научно-исследовательская деятельность ПК-7, ПК-8; организационно-управленческая деятельность ПК-9.

Состав участников деловой игры: жюри, команды, кураторы команд, ведущий игры, банк, зрители.

**Жюри.** В качестве членов жюри могут выступать преподаватели, приглашенные гости (от 3 до 5 человек).

**Команды.** В игре принимают участие несколько команд. Количество команд может варьироваться от трех до пяти. Для игры студенты самостоятельно формируют команды по 5-7 человек. Игра может проводиться для студентов, как младших, так и старших курсов, могут приглашаться

команды других учебных заведений.

Кураторы команд. В роли кураторов выступают преподаватели. Куратор в процессе работы с закрепленной группой обеспечивает тесное взаимоотношение с командой. Куратор ничего не делает за игроков - все свои идеи и мысли он передает в качестве советов. Куратор помогает команде с подготовкой к игре, подбирает тематическую литературу, консультирует, учит студентов работать в команде.

Ведущий игры. В качестве ведущего игры могут выступать председатель студенческого совета, либо его наиболее активные члены. Для того, чтобы игра не была затянутой, ведущему, необходимо быть предельно лаконичными, собранным, строго следить за игрой, дисциплиной, а также жестко нормировать время каждого из этапов.

Банк. В соответствии с третьим этапом деловой игры «Создай свой бизнес», студенты моделируют экономическую деятельность представленных ими организаций, которые в результате работы должны накопить максимальный объем денежных средств. Денежные средства выражаются в условных единицах называемые «Чеки», различного номинала. В начале третьего этапа игры Банк делит капитал на равные части (исходя из количества зрителей) и раздает им, которые они должны потратить на товары или услуги той фирмы, которая им наиболее понравилась в процессе представления презентации на втором этапе деловой игры. Некоторая часть денежных средств выдает капитанам каждой команды для осуществления расчетов потребителями услуг. Для имитации деятельности Банка организаторами игры, заранее выбираются два студента.

Зрители. В качестве зрителей выступают учащиеся различных курсов, преподаватели, приглашенные гости.

Оборудование и оснащение игры: мультимедийный проектор, интерактивная доска, ноутбук, микрофон, учебные аудитории.

Межпредметные связи: экономика, маркетинг, менеджмент, информатика, правоведение, бизнес-планирование, экономика организации.

Экономическая основа игры – конкуренция, борьба, такой же закон действует в современной рыночной экономике – выживает сильнейший. Эти непростые условия моделирует игра, позволяя соревноваться командам. Студенты получают оптимальные решения поставленных экономических, управленческих и иных задач путем имитации хозяйственной ситуации и правил поведения участников.

Деловая игра «Создай свой бизнес» проходит в несколько основных этапов:

I-ый этап заключается в предоставлении конкурсной комиссии (членам жюри) разработанного бизнес- плана со всеми требуемыми экономическими обоснованиями проекта, где студенты описывают: чем они будут заниматься, как и для кого производить свою продукцию или оказывать ту или иную услугу.

II-ой этап деловой игры состоит из двух частей:

1 часть. Конкурс на знание Закона РФ «О защите прав потребителей».

2 часть. Представление ролика-презентации на разработанный бизнес-план.

III-ий этап. Моделирование экономической деятельности представленных в процессе презентации организаций.

После проведения третьего этапа деловой игры «Создай свой бизнес» проходит подведение итогов и награждение участников по номинациям.

Ход игры и взаимосвязь основных этапов иллюстрирует рис. 1.

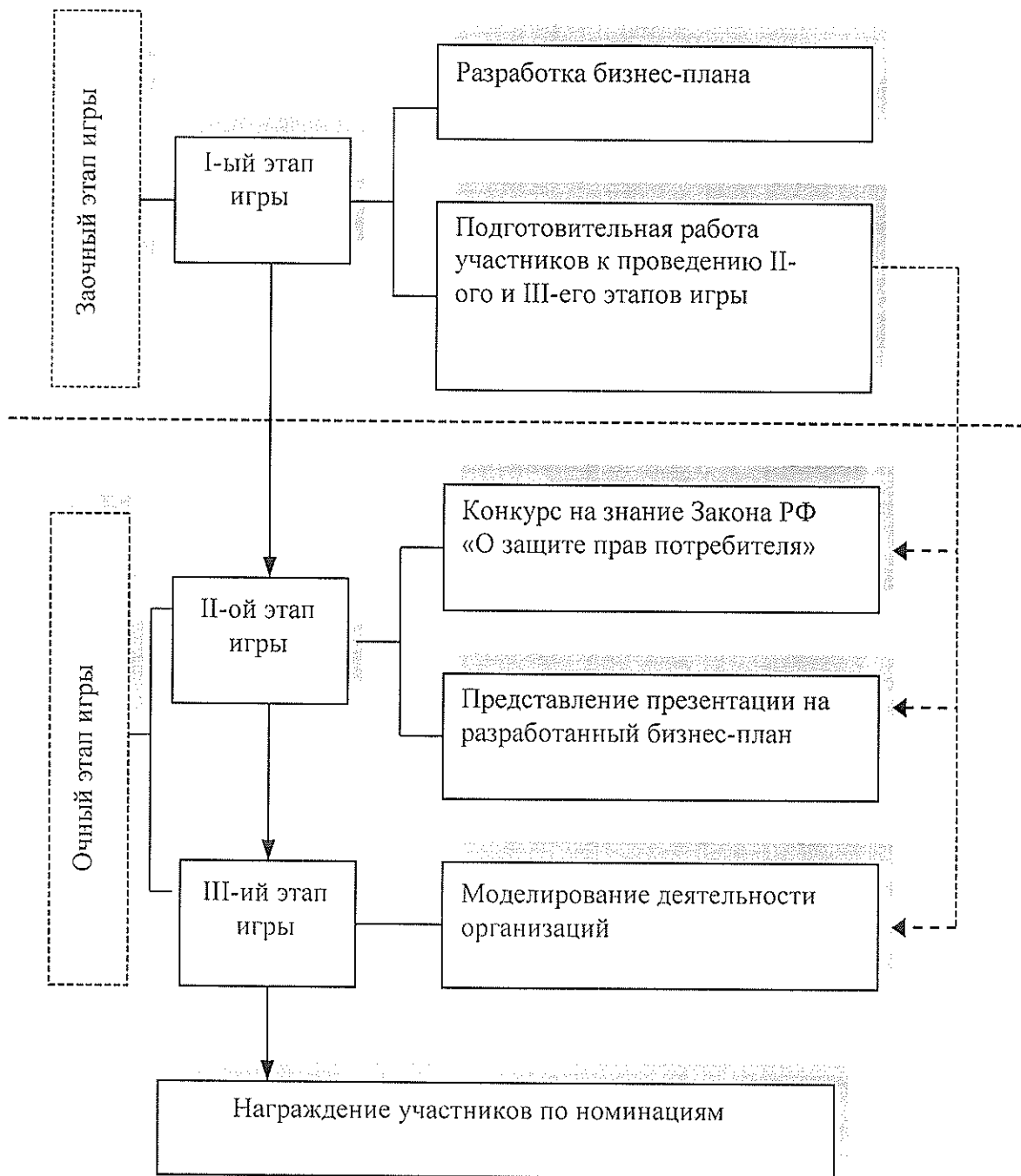


Рисунок 1. Схема проведения деловой игры «Создай свой бизнес»

### Первый этап деловой игры «Создай свой бизнес».

Первый этап деловой игры состоит в написании бизнес-плана, а также включает подготовительную работу учащихся по открытию своей фирмы, создание презентации, подготовку к конкурсу на знание закона «О защите прав потребителя». Данный этап предполагает тесную работу команды и куратора.

Целью первого этапа игры является обобщение и углубление имеющихся знаний студентов об организации создания эффективной бизнес - модели предприятия работающего в конкурентной среде.

Задачами первого этапа являются:

- предоставить практику написания бизнес-плана вновь создаваемого предприятия;
- создать условия для развития способностей в принятии эффективных управленческих решений в условиях конкуренции;
- способствовать развитию креативного мышления и нестандартного решения возникающих задач.

Студенты самостоятельно выбирают вид экономической деятельности организации, и разрабатывают бизнес-план. В качестве объектов моделирования могут выступать, например: кафе, салон красоты, досуговый центр, фото-студия, кинотеатр, парикмахерская, школа танцев и т.д.

По условиям игры команды предоставляют законченный бизнес-план членам жюри за неделю до начала основной игры (очного этапа).

Оценка представленных командами бизнес-планов осуществляется по 5-балльной шкале следующим критериям:

1. Степень детальности описания бизнес-плана. Оценивается качество анализа и проработка бизнес-идеи, общее понимание студентами способа реализации идеи.
2. Соответствие бизнес-плана основным требованиям, которые предъявляются к его структуре и содержанию. При разработке бизнес-плана студентам следует придерживаться общих требований к содержанию проекта.
3. Конкурентоспособность бизнес-плана, то есть насколько предлагаемая



продукция или услуга востребованы рынком.

4. Оформление основных расчетов бизнес-плана. Расчеты основных показателей бизнес-плана представляет собой важную его часть, и в итоге показывают, является ли разрабатываемый бизнес-план экономически выгодным.

После детального изучения бизнес-планов жюри определяет команду, которая побеждает в номинации – Лучший бизнес.

Бизнес-план – это документ, который описывает все основные аспекты будущего предприятия, анализирует все проблемы, с которыми оно может столкнуться, а также определяет способы решения этих проблем.

Отметим, что не существует жестко регламентированной формы и структуры бизнес-плана. Бизнес-план обычно оформляется в стандартах UNIDO (общепринятый стандарт составления бизнес-планов, который предпочитают банки и инвестиционные компании при рассмотрении заявок на финансирование), реже TACIS, EBRR и другие.

В зависимости от сферы деятельности, масштабов проекта, требований потенциального инвестора и других факторов структура и содержание бизнес-плана могут изменяться. Однако существуют общие требования к содержанию проекта, соблюдение которых принято при его составлении.

Общая структура бизнес-плана должна придерживаться следующих основных разделов:

- 1) титульный лист;
- 2) резюме;
- 3) описание отрасли;
- 4) описание продукции (услуг);
- 5) план маркетинга;
- 6) производственный план;
- 7) организационный план;
- 8) финансовый план;

9) риски предприятия;

10) приложения.

Рассмотрим содержание представленных разделов бизнес-плана.

1. Титульный лист.

Содержит название компании, ее юридический и фактический адреса, телефоны, e-mail и адрес сайта, наименование и полные реквизиты собственников компании, наименование и очень кратко (одним предложением) - суть проекта, информацию об исполнителях проекта и дату его составления.

2. Резюме.

Резюме содержит общую информацию о бизнес-плане и должно быть кратким. По резюме составляют впечатление обо всем проекте, поэтому в данном разделе в сжатом виде отражается основная идея проекта, требуемые ресурсы, планируемые результаты его реализации, возможные риски.

3. Описание отрасли.

В данном разделе студенты представляют общую информацию об отрасли и перспективах её развития, анализируют основные финансовые показатели деятельности, выделяют перспективные направления деятельности и наиболее конкурентную продукцию или услуги. Следует определить основных конкурентов, проанализировать их сильные и слабые стороны.

4. Описание продукции (услуг).

Представленный раздел должен содержать описание предлагаемого товара или услуги, его основные характеристики, конкурентоспособность, необходимость лицензирования, степень готовности предлагаемой продукции (услуги) к выходу на рынок, анализ продукции конкурентов и т.д.

5. План маркетинга.

Основная задача раздела – наиболее полно описать, как организаторы данного предприятия планируют добиться успеха на рынке, важно определить целевой рынок и непосредственных конкурентов, их сильные и слабые стороны, оценить потенциальную долю рынка каждого конкурента.

В данном разделе нужно показать, почему потенциальные клиенты

будут покупать именно вашу продукцию. Также раскрывается информация о схемах распространения и продвижения товара, потенциальных покупателях, ценообразовании, методах стимулирования продаж, рекламе, способах формирования имиджа фирмы, рассчитывается бюджет данного раздела.

#### 6. Производственный план.

В данном пункте бизнес-плана предоставляется информация, описывающая существующие и предполагаемые производственные процессы и средства, которые необходимы организации для выпуска продукции (услуг).

Если создаваемая организация будет являться торговым или обслуживающим предприятием, то в данном разделе указываются основные процессы связанные закупкой, складированием, сортировкой, хранением и контролем товаров и запасов. Если же создаваемая компания предполагает производство продукции, то необходимо разрабатывать производственный план, который должен полностью описывать производственный процесс.

Изучаются вопросы, связанные с занимаемыми помещениями, их расположением, производственным оборудованием, основными вспомогательным персоналом, описываются источники сырья и запасов, приводится стратегия последующего сервиса.

Основная цель данного раздела - это показать, что фирма в состоянии производить необходимое количество товаров и услуг в установленные сроки и с требуемым качеством.

#### 7. Организационный план.

При раскрытии данного раздела представляется информация о том, кто именно будет осуществлять руководство фирмой, каким образом будут складываться отношения между членами руководства и коллектива на практике. Составляется схема организации, обозначаются внутренние связи, приводятся уровни разделения ответственности ее членов в рамках организации. Описываются специалисты, их количество, уровень квалификации образования, приводится заработная плата.

Указывается форма собственности, величина уставного капитала,

основные собственники (по долям вклада).

#### 8. Финансовый план.

Финансовый план представляет собой важную часть бизнес-плана, который показывает потенциальный объем инвестиции, которые необходимы для создания организации, и показывает, является ли разрабатываемый бизнес-план экономически выгодным.

В данном разделе анализируется себестоимость продукции, затраты, потребность в оборотных средствах, смета расходов на реализацию проекта, источники и схемы финансирования.

В проекте на различные периоды (месяц, квартал, год) отражается информация, касающаяся инфляции, изменения курса рубля к доллару, приводится перечень и ставки налогов, рассматривается порядок выплаты займов, процентов по ним и т.д.

Как правило, представленный раздел содержит несколько основных документов:

1. Отчет о финансовых результатах, который показывает операционную деятельность предприятия по периодам, т.е. иллюстрирует соотношение доходов, получаемых в процессе деятельности предприятия (проекта) в течение какого-либо периода и расходов за этот же период;

2. Отчет о продвижении денежных средств - это основной документ, предназначенный для определения потребности в капитале, выработки стратегии финансирования предприятия, а также для оценки эффективности использования капитала;

3. Балансовая ведомость, которая характеризует финансовое состояние предприятия в определенный момент времени - традиционный бухгалтерский баланс, однако для целей бизнес-плана его форма может не совпадать с формой баланса, предусмотренного требованиями бухучета и статотчетности.

Прилагаются расчеты основных показателей платежеспособности и ликвидности, а также прогнозируемые показатели эффективности проекта, такие как чистый дисконтированный доход, внутренняя норма доходности,

индекс рентабельности инвестиций, срок окупаемости инвестиций, модифицированная норма доходности и т.д., строится точка безубыточности.

#### 9. Риски предприятия.

При написании данного раздела, важно помнить, что способность понимания рисков и разработки соответствующего плана действий является решающей для оценки качества менеджмента.

Под риском понимается вероятность (угроза) потери предприятием части своих ресурсов, недополучение доходов или появление дополнительных расходов, возникших в результате производственной и финансовой деятельности предприятия.

На практике, большое количество проблем встречается из-за недостаточного умения менеджеров заранее предугадать все типы и виды рисков, с которыми фирма может столкнуться при внедрении бизнес-плана, источники этих рисков и момент их возникновения, а также разработки эффективной стратегии их преодоления.

Важно ответить на вопрос: как минимизировать риски и возможные потери от них? Помимо диагностики рисков необходимо выработать систему мер по профилактике рисков.

#### 10. Приложения

В приложении содержится материал, который не обязательно должен быть приведен в основном тексте, но на который есть ссылка в бизнес-плане. Это разгрузит основную часть от лишних таблиц, графиков и прочего.

В качестве приложений могут быть копии документов, аргументирующих положения бизнес-плана, в том числе копии контрактов, лицензий, результаты маркетинговых исследований, заключения аудиторов, фотографии образцов продукции, подробные технические характеристики продукции, план предприятия (и прилегающей территории), договоров о поставках, перевозках, и т.п.

#### Педагогический анализ первого этапа деловой игры.

1. При выборе вида экономической деятельности вновь создаваемой

организации, для которой в последствии будет разрабатываться бизнес-план, необходимо оценить возможность имитации деятельности данной фирмы в рамках учебной аудитории. С этой целью студентам рекомендуется использовать в качестве объектов моделирования, представителей сферы услуг (кафе, салон красоты, досуговый центр, фото-студия, школа танцев и т.д.).

2. В процессе разработки бизнес-плана вновь создаваемого предприятия у студентов могут возникнуть трудности с разделом «Финансовый план». В целях повышения эффективности написания бизнес-планов, упрощения расчетов студентам рекомендуется пользоваться компьютерными программами позволяющими значительно улучшить качество самих бизнес-планов.

3. Важно, в рамках проведения заочного этапа игры, обеспечить тесную работу кураторов группы с командами. Кураторам следует проследить подготовленность группы к проведению очного этапа игры, предоставить необходимую методическую и организационную помощь.

## Второй этап деловой игры «Создай свой бизнес».

Напомним, что второй этап включает в себя две части:

1. Конкурс на знание Закон РФ «О защите прав потребителей».
2. Представление презентации на разработанный бизнес-план.

Ход второго этапа:

Ведущий поздравляет всех с началом деловой игры, представляет членов жюри, гостей, команды участников. Кратко и четко объясняет основные требования игры и объявляет игру открытой.

Конкурс на лучшее понимание и осознанное применение Закона РФ «О защите прав потребителей».

Целью конкурса является активизация у студентов интереса к изучению прав потребителя и осознанного применения Закона РФ «О защите прав потребителей».

Задачи этапа:

- Развить навыки самостоятельного оперативного использования норм, регулирующих отношения между производителями, продавцами, потребителями;
- убедить, что покупатель должен быть не только грамотным, но и культурным, вежливым, учтивым потребителем;
- способствовать развитию творческих умений у учащихся, способностей к самовыражению, моральной и правовой ответственности.

Материал по обеспечению конкурса:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992г. №2300-1.
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 10 ноября 2011г. № 924 «Об утверждении перечня технически сложных товаров».

Ход игры.

Каждая команда при взаимодействии с кураторами подготавливает и представляет аудитории по три сценки-ситуации, имитирующих реальные жизненные ситуации. Задача участников команд ответить как можно более широко и правильно на поставленные в сценки вопросы. Члены жюри

оценивают скорость, грамотность, полноту ответов и выставляют баллы по пятибалльной шкале.

Вступительное слово ведущего:

- Каждый человек в течение всей своей жизни выступает в роли потребителя какого либо товара или услуги. Это может быть покупка хлеба в булочной, проживание в гостинице, пользование горячей водой в квартире, проезд в автобусе или метро и многое, многое другое. Поэтому можно сказать, что все мы участники правоотношений на потребительском рынке товаров и услуг. При этом, к сожалению, каждый из нас может вспомнить хотя бы одну неприятную историю, связанную с нарушением его потребительских прав: покупку товара, испорченную в химчистке вещь, опоздание поезда. Этот список можно продолжать очень и очень долго. Восстановление наших нарушенных прав порой требует огромных затрат времени, усилий и нервов, а порой и значительных денежных затрат.

Каждая из команд по заранее установленной очереди представляет сценки-ситуации. Члены команд поднимают руки для ответов на поставленные вопросы. Ход конкурса регулируется ведущим игры. Члены конкурсной комиссии при необходимости могут дополнительно комментировать ответы и вопросы участников.

По итогам конкурса жюри определяет команду, которая побеждает в номинации – Лучшие знатоки закона о «О защите прав потребителей».

Примеры ситуаций:

Ситуация 1.

Покупатель: Добрый день! Я вчера у вас покупал утюг, однако он плохо работает, не включается режим отпаривания. Я намерен его сдать вам обратно.

Продавец: Давайте посмотрим, а у Вас есть чек на товар.

Покупатель: Нет, я его кажется потерял.

Продавец: Тогда извините, товар мы обратно не примем.

Вопрос: Прав ли продавец, отказав покупателю?



Ответ: Нет, продавец не имел права отказывать покупателю, так как есть статья 18 Закона о защите прав потребителей. Права потребителя при обнаружении в товаре недостатков (п.5ип.1) подчеркивает, что отсутствие у потребителя кассового или товарного чека либо иного документа, удостоверяющих факт и условия покупки товара, не является основанием для отказа в удовлетворении его требований. Продавец обязан принять товар ненадлежащего качества у потребителя и в случае необходимости провести проверку качества товара. Потребитель вправе участвовать в проверке качества товара.

#### Ситуация 2.

Покупатель: Здравствуйте, я неделю назад в Вашем магазине приобрела платье, но подумав, решила, что оно мне не очень подходит, немного велико, и я хочу его обменять на размер поменьше. Вот платье с этикеткой и чек на товар.

Продавец: Нет, мы его обратно не примем, нужно было сразу приходить. Тем более, что меньшего размера такой модели нет.

Вопрос: Определите, прав ли продавец, отказав покупателю? Какие права имеет покупатель в данной ситуации?

Ответ: Нет, продавец не имел права отказать покупателю. В соответствии со статьей 25 Закона о защите прав потребителей. Право потребителя на обмен товара надлежащего качества (п. 1. и п. 2). Потребитель вправе обменять непродовольственный товар надлежащего качества на аналогичный товар у продавца, у которого этот товар был приобретен, если указанный товар не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации. Потребитель имеет право на обмен непродовольственного товара надлежащего качества в течение четырнадцати дней, не считая дня его покупки. Обмен непродовольственного товара надлежащего качества проводится, если указанный товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки.

Покупатель в данной ситуации имеет право отказаться от исполнения

договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за указанный товар денежной суммы. По соглашению потребителя с продавцом обмен товара может быть предусмотрен при поступлении аналогичного товара в продажу.

Продавец обязан незамедлительно сообщить потребителю о поступлении аналогичного товара в продажу.

### Ситуация 3.

Покупатель: Здравствуйте, я три дня назад у Вас купил электрический чайник марки «ЭЛКО» за 5тыс.руб., однако дома я обнаружил, что в нем присутствуют недостатки, трещина на подставке. Мне нужен электрический чайник, поэтому я настаиваю, чтобы Вы его заменили на другой, аналогичный.

Продавец: Извините, но это был последний экземпляр, однако у нас есть интересная модель марки «ВИКО» за 4тыс.руб. Вас устроит такой обмен.

Покупатель: Да, я согласен, а вы сделаете перерасчет цены.

Продавец: Нет, только обмен товара.

Вопрос: Прав ли продавец? Какие права потребителя нарушены?

Ответ: Нет, продавец в данной ситуации не прав и ущемляет права покупателя, так как в соответствии со статьей 18 Закона о защите прав потребителей. Права потребителя при обнаружении в товаре недостатков (п.1).Потребитель в случае обнаружения в товаре недостатков, если они не были оговорены продавцом, по своему выбору вправе: потребовать замены на товар этой же марки (этих же модели и (или) артикула); потребовать замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены; потребовать соразмерного уменьшения покупной цены; потребовать незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление потребителем или третьим лицом; отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы...

Так же в статье 24. Расчеты с потребителем в случае приобретения им товара ненадлежащего качества в п.1отмечено, что при замене товара

ненадлежащего качества на такой же товар другой марки (модели, артикула) в случае, если цена товара, подлежащего замене, выше цены товара, предоставленного взамен, разница в ценах выплачивается потребителю. Цена товара, подлежащего замене, определяется на момент его замены, а если требование потребителя не удовлетворено продавцом, цена заменяемого товара и цена передаваемого взамен товара определяются на момент вынесения судом решения о замене товара.

#### Ситуация 4.

Покупатель: Добрый день, я хочу забрать мобильный телефон из гарантийного ремонта, где он находится уже третий месяц. И требую, чтобы гарантийный срок на него был продлен на период, в течение которого товар не использовался.

Продавец: Нет, извините, но мы этого сделать не сможем.

Вопрос: Определите, какие права имеет покупатель в данной ситуации?

Правомерны ли действия Продавца?

Ответ: Нет, в данной ситуации продавец нарушает Закон о защите прав потребителя. Покупатель имеет право в соответствии со статьей 20 Закона о защите прав потребителей. Устранение недостатков товара изготовителем (п.3,п.4).потребовать после устранения недостатков товара продлить гарантийный срок на период, в течение которого телефон не использовался. Указанный период исчисляется со дня обращения потребителя с требованием об устранении недостатков товара до дня выдачи его по окончании ремонта. При выдаче товара продавец обязан предоставить в письменной форме потребителю информацию о дате обращения потребителя с требованием об устранении обнаруженных им недостатков товара, о дате передачи товара потребителем для устранения недостатков товара, о дате устранения недостатков товара с их описанием, об использованных запасных частях (деталях, материалах) и о дате выдачи товара потребителю по окончании устранения недостатков товара.

#### Ситуация 5.

Покупатель: Здравствуйте, я приобрел у Вас телевизор, который через месяц перестал работать. Своей вины я здесь не вижу и считаю, что это Вы мне продали некачественный товар.

Продавец: Извините, но когда Вы его покупали, телевизор работал исправно и претензий у Вас, к товару, не было.

Покупатель: Давайте проведем независимую экспертизу о происхождении недостатков в товаре.

Продавец: Хорошо. Но в случае, если экспертиза покажет, что недостатки возникли вследствие обстоятельств, за которые не отвечает продавец, то Вы будете обязаны оплатить расходы на проведение экспертизы, а также расходы на хранение и транспортировку товара.

Покупатель: Проводите экспертизу, но оплачивать я ничего не буду в любом случае.

Вопрос: Нарушает ли в данной ситуации покупатель Закон о защите прав потребителя? Определите права и обязанности обеих сторон.

Ответ: В данной ситуации покупатель не прав, так как статья 18. Права потребителя при обнаружении в товаре недостатков (п.5, п.6). Закона о защите прав потребителя гласит, что в случае спора о причинах возникновения недостатков товара продавец (изготовитель), уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер обязаны провести экспертизу товара за свой счет. Экспертиза товара проводится в сроки, установленные статьями 20, 21 и 22 Закона о защите прав потребителя. Потребитель вправе присутствовать при проведении экспертизы товара и в случае несогласия с ее результатами оспорить заключение такой экспертизы в судебном порядке.

Если в результате экспертизы товара установлено, что его недостатки возникли вследствие обстоятельств, за которые не отвечает продавец, потребитель обязан возместить продавцу расходы на проведение экспертизы, а также связанные с ее проведением расходы на хранение и транспортировку товара.

Продавец отвечает за недостатки товара, на который установлен гарантийный срок, если не докажет, что они возникли после передачи товара потребителю вследствие нарушения потребителем правил использования, хранения или транспортировки товара, действий третьих лиц или непреодолимой силы.

Ситуация 6.

Покупатель: Добрый день, я хочу забрать стиральную машину из гарантийного ремонта.

Продавец: Извините, но мы ее отремонтировать не смогли и если хотите, то мы можем ее заменить или вернуть Вам деньги.

Покупатель: Да, но я приобрел ее в кредит, мне вернут все деньги.

Продавец: Вам вернут только денежную сумму уплаченную за товар, а плату за предоставление кредита нет.

Вопрос: Какие требования вправе предъявить покупатель?

Ответ: В соответствии со Статьей 24 Закона о защите прав потребителей. Расчеты с потребителем в случае приобретения им товара ненадлежащего качества (п.5) в случае возврата товара ненадлежащего качества, проданного в кредит, потребителю возвращается уплаченная за товар денежная сумма в размере погашенного ко дню возврата указанного товара кредита, а также возмещается плата за предоставление кредита.

После проведения Конкурса на знание Закона РФ «О защите прав потребителей» участники деловой игры переходят ко второй части этапа представление конкурсной комиссии ролика-презентации на разработанный бизнес-план.

Целью этапа является развитие и закрепление техники создания и проведения эффективных презентаций, получение навыков донесения информации, совершенствование способностей работы с аудиторией.

Задачи этапа:

- создать условия для проявления самовыражения и творческой активности;

- продолжить формирование навыков работы в группе;
- способствовать повышению уровня знания студентов в области создания мультимедийных презентаций.

Ход этапа.

Вступительное слово ведущего игры:

Электронная презентация—это современный эффективный способ представления информации о товарах, услугах и возможностях рекламируемой организации.

Грамотно разработанная презентация может стать визитной карточкой компании и сможет самостоятельно рассказать о ней. Хорошая презентация позволяет в несколько раз увеличить охват целевой аудитории, заинтересованной в сотрудничестве с представляемой организацией.

Однако нужно помнить, что презентации—это не просто красочный, информативный и эффектный рекламный ролик, а прежде всего, действенный маркетинговый инструмент. Давайте посмотрим, как справились с поставленной задачей наши конкурсанты, а зрители, оценив презентации, решат какую фирму в первую очередь им стоит посетить.

Команды по заранее установленной очередности представляют свои презентации. Лимит времени установленный для каждой команды не более пяти минут. Ход этапа регулируется ведущим игры. Члены команды при необходимости могут комментировать представляемые презентации. Основная задача команд разработать и представить такую презентацию, которая заинтересует зрителей и позволит их привлечь именно в свое предприятие в ходе третьего этапа игры.

Оценка представленных командами презентаций осуществляется по 5-балльной шкале последующим критериям:

1. Полнота раскрытия темы презентации.

Оценивается способность команды разработать такую презентацию, которая позволила бы наиболее полно отразить представленный бизнес-план создания организации. Презентация должна соответствовать заявленному

бизнес-плану, содержать значимую и полезную для зрителей информацию.

2. Оригинальность презентации по оформлению и содержанию (запоминаемость). Это крайне важный критерий успешности презентации, так как известно, человек лучше всего воспринимает информацию визуально - 55%. Старайтесь использовать максимум выразительных средств для закрепления предлагаемой информации. Необходимо найти образное визуальное решение главной идеи презентации, какую-то особенность, деталь, символизирующие общую тему – которая позволит запомнить именно вашу презентацию.

3. Обоснованное использование эффектов мультимедиа.

Эффективная презентация не должна иметь преобладания каких-то элементов над другими. Все должно быть сбалансировано, то есть презентация, к примеру, не должна быть излишне информационной и сухой, или слишком поверхностной, развлекательной в ущерб содержательности.

По итогам этапа жюри определяет команду, которая побеждает в номинации – «Эффективная презентация».

Педагогический анализ второго этапа деловой игры.

При подготовке сценок студентами, имитирующих реальные жизненные ситуации, необходимо следить, чтобы они ясно и информативно раскрывали поставленные задачи, не были затянутыми.

В целях повышения качества создаваемых презентаций студентам следует придерживаться следующих методических рекомендаций.

При оформлении презентации следует отталкиваться от целей, для которых она создается, и аудитории, которая будет ее смотреть.

Не перегружайте слайды текстом, таблицами с цифровой информацией.

Допускается речевое и музыкальное сопровождение презентации.

Правильно распределяйте время, отведенное для презентации. Не делайте слишком большое количество слайдов, так как вы не сможете их информативно показать, вы будете показывать их слишком быстро и аудитория не поймет презентации. Постарайтесь, чтобы количество слайдов соответствовало

времени отведенного на презентацию.

Текст на слайдах не должен быть слишком мелким, чтобы аудитория могла легко прочитать его. Не вставляйте в презентацию слишком длинных предложений.

Используйте контрастные цвета. Сочетание цветов фона и текста должно быть таким, чтобы текст легко читался, например светлый цвет фона и темный цвет шрифта.

Для разработки презентации команда может использовать любые доступные для нее программные средства, например, такие как: KingsoftPresentation, CorelPresentation, CorelShow, LibreOfficeImpress, MicrosoftPowerPoint и т.д. Самое простое решение для создания презентации— это воспользоваться программой MicrosoftPowerPoint (MicrosoftOffice), так как она входит в установленный на компьютере офисный пакет, имеет доступный интерфейс при достаточно больших возможностях анимации предоставляемого материала, импорта различных графических приложений, видео- и звуковых материалов.

Презентация может содержать различные мультимедийные материалы, такие как видео- и аудиоматериалы, фотографии, графику и анимацию, тексты и таблицы, то есть все то, что может наилучшим образом, поможет рассказать о компании, о предоставляемых ею услугах и продуктах.



### Третий этап деловой игры «Создай свой бизнес».

После того, как последняя команда покажет свою презентацию, ведущий, приглашает всех пройти в заранее подготовленные аудитории для проведения третьего этапа игры «Создай свой бизнес» - реализация разработанного бизнес-плана и проверка его на жизнеспособность в условиях конкуренции.

Целью третьего этапа является формирование у студентов представлений о реальной предпринимательской деятельности, формирование навыков принятия решений, творческого подхода к решению проблем, развитие навыков делового общения.

Задачи третьего этапа игры:

- Организовать работу минипредприятия в соответствии с выбранным видом деятельности;
- Определить обязанности и провести их распределение в команде;
- Закрепить понятие сущности организации в современном менеджменте, роли и содержания менеджмента организации в экономике;
- способствовать повышению уровня знаний студентов в области предпринимательской деятельности.

Третий этап деловой игры реализуется посредством имитационной модели функционирования организаций как совместная деятельность участников команд по решению игровых учебных задач.

Ход игры.

На третьем этапе команды открывают свои фирмы, а гости начинают пользоваться услугами тех фирм, которые им наиболее понравились на этапе презентации.

Для реализации этой цели, в конце второго этапа игры каждому гостю Банком выдается заранее установленная сумма денежных средств, которые, как уже было сказано выше, получили название «Чеки». Полученными денежными средствами зрители и оплачивают товары и услуги понравившихся организаций.

За каждой командой-участницей игры «Создай свой бизнес» заранее закрепляется учебная аудитория, предназначенная для организации бизнеса. Это может быть парикмахерская, фото салон, студия танцев, кафе, досуговый центр, салон красоты и т.д. Задача членов команды в соответствии с выбранным видом предпринимательской деятельности подготовить аудиторию. Студенты приходят в аудиторию заранее (как правило, за 1 час) до начала основной игры, и используя подготовленные оборудование коллективно решают поставленную задачу.

Если студентам для организации бизнеса нужно дополнительное оборудование, например мультимедийный проектор, ноутбук, микрофон, то они должны заранее известить об этом куратора команды.

Время, отведенное для проведения третьего этапа игры «Создай свой бизнес» соответствует одному часу. Через час, после начала, ведущий сообщает командам-участницам о прекращении игры. Каждая команда обязана сдать банку, заработанную выручку от продажи товаров или оказания услуг. Выигрывает третий этап команда, которая получила больше всех денежных средств.

По итогам третьего этапа жюри определяет команду, которая побеждает в номинации– «Лучшая организация бизнеса».

#### Педагогический анализ третьего этапа деловой игры.

В целях избежания хаотичной работы имитируемой организации, членамкоманды необходимо заранее определить обязанности каждого из участников и провести их распределение в команде.

Эффективно используйте подготовленные материалы, а так же время, отведенное для подготовки учебной аудитории к проведению третьего этапа деловой игры. Например, если команда представила в своем бизнес-плане организацию салона-красоты, то участники соответствующе расставляют столы и стулья, оборудуют рабочие места, где будут обслуживаться клиенты, украшают аудиторию, размещают вывеску, дополнительную рекламу и т.п.

В целях привлечения клиентов студенты могут использовать различные

маркетинговые приемы, раздавать рекламный материал гостям, предлагать скидки, проводить различные акции.

После проведения третьего этапа деловой игры «Создай свой бизнес» проходит подведение итогов и награждение участников по номинациям.

## Библиографический список

1. Баринов, В. А. Бизнес-планирование / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2021. - 256 с.
2. Бизнес-планирование. Шпаргалка. - М.: Окей-книга, 2021. - 502 с.
3. Бронникова, Т. С. Разработка бизнес-плана проекта / Т.С. Бронникова. - М.: Альфа-М, Инфра-М, 2021. - 224 с.
4. Волгин, Б. Деловые совещания / Б. Волгин. - М.: Московский рабочий, 2020. - 160 с.
5. Гараедаги, Джамшид Системное мышление. Как управлять хаосом и сложными процессами. Платформа для моделирования архитектуры бизнеса / Джамшид Гараедаги. - М.: Гревцов Букс, 2022. - 480 с.
6. Гладкий, А.А. Бизнес-план. Делаем сами на компьютере / А.А. Гладкий. - М.: Рид Групп, 2021. - 631 с.
7. Горемыкин, В. А. Бизнес-план. Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана / В.А. Горемыкин. - М.: Ось-89, 2019. - 576 с.
8. Горемыкин, В. А. Бизнес-план. Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана / В.А. Горемыкин. - М.: Ось-89, 2021. - 592 с.
9. Гришин, В. В. Разрабатываем бизнес-стратегию фирмы. Практическое пособие / В.В. Гришин, В.Г. Гришина. - М.: Дашков и Ко, 2021. - 206 с.
10. Дальвиг, А. ИКЕА. Собери свою мечту. Как совместить ответственность и прибыль в одной компании / А. Дальвиг. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. - 236 с.
11. Джеймс, Джуди Как находить два лишних часа каждый день / Джуди Джеймс. - М.: Астрель, АСТ, 2022. - 336 с.
12. Джон, Вон Эйкент Face Control / Фейс-контроль. Правила назначение встреч, ведения переговоров и заключения сделок с VIP-клиентами (аудиокнига CD) / Джон Вон Эйкент. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2020. - 164 с.
13. Ингильери, Леонардо Выдающийся сервис, отличная прибыль. Принципы достижения настоящей клиентоориентированности / Леонардо Ингильери. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. - 770 с.
14. Йенсен, Ролф Общество мечты. Как грядущий сдвиг от информации к воображению преобразит ваш бизнес / Ролф Йенсен. - М.: Стокгольмская школа

экономики в Санкт-Петербурге, 2020. - 172 с.

15. Кавасаки, Гай Правила Кавасаки. Жесткое руководство для тех, кто хочет оставить конкурентов позади / Гай Кавасаки. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. - 883 с.

16. Кантор, Е. Л. Планирование на предприятии / Е.Л. Кантор, Г.А. Маховикова, И.И. Дрогомирецкий. - М.: Вектор, 2021. - 160 с.

17. Карпов, Александр Стратегическое управление и эффективное развитие бизнеса / Александр Карпов. - Москва: Мир, 2021. - 528 с.

18. Лестер, Д. Старт Up: 25 идей успешного бизнеса / Д. Лестер. - М.: АСТ, 2022. - 951 с.

19. Лудольф, Фред Бизнес-план. Профессиональная подготовка и убедительная презентация (+ CD-ROM) / Фред Лудольф , Сабинэ Лихтенберг. - М.: Олма-пресс, 2021. - 208 с.

20. Маховикова, Г. А. Планирование на предприятии / Г.А. Маховикова, Е.Л. Кантор, И.И. Дрогомирецкий. - М.: Юрайт, 2021. - 144 с.

21. Пелих, А. С. Бизнес-план, или Как организовать собственный бизнес / А.С. Пелих. - Москва: Огни, 2022. - 112 с.

22. Петров, А. Н. Теория планирования. Первое приближение / А.Н. Петров. - М.: ИВЭСЭП, Знание, 2019. - 144 с.

23. Петров, К. Н. Как разработать бизнес-план. Практическое пособие с примерами и шаблонами (+ CD-ROM) / К.Н. Петров. - Москва: СИНТЕГ, 2022.- 384 с.

24. Попов, В. М. Бизнес-планирование. Учебник / В.М. Попов, С.И. Ляпунов, С. Ю Муртузалиева. - М.: Финансы и статистика, 2019. - 672 с.

25. Р-система. Введение в экономический шпионаж. Практикум по экономической разведке в современном российском предпринимательстве. Книга 2. - М.: Humtec publisher Хамтек паблишер, 2020. - 448 с.

26. Репин, Владимир Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / Владимир Репин , Виталий Елиферов. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. - 544 с.

27. Хоровиц, Бен Легко не будет. Как построить бизнес, когда вопросов больше,

чем ответов / Бен Хоровиц. - Москва: Мир, 2020. - 872 с.

28. Чапин, Кари Handmade. Придумай и сделай бизнес своими руками / Кари Чапин. - Москва: Мир, 2019. - 889 с.

29. Шеер, А.-В. ARIS - моделирование бизнес-процессов / А.-В. Шеер. - М.: Вильямс, 2022. - 224 с.

30. Элияху, М. Голдратт Цель. Процесс непрерывного улучшения / Элияху М. Голдратт, Джефф Кокс. - Москва: СПб. [и др.] : Питер, 2021. - 400 с.

**Приложение №1 (титульные листы презентаций бизнес-планов,  
разработанных студентами группы 20Б)**



**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ТУЙМАЗИНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ**

**Бизнес-план салона красоты по уходу за волосами**

**BRATZ**

**Разработали:  
Каюмова А.А  
Минлигалина Л**



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН ГОСУДАРСТВЕННОЕ  
АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТУЙМАЗИНСКИЙ  
ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ

# Бизнес-план магазина бижутерии

<<Diva>>

Работу выполнила:  
Тахаува Гульназ  
группа 20Б



# БИЗНЕС ПЛАН

Мастерская по изготовлению  
изделий из эпоксидной смолы



Министерство Образования И Науки Республики  
Башкортостан  
Государственное Автономное Проффессиональное  
Образовательное Учреждение  
Туймазинский Индустриальный Колледж

# БИЗНЕС-ПЛАН

*Салон по оказанию услуг  
массажиста «Здоровье»*



Выполнила: Артамонова Эвелина  
группа 20 Б



**Министерство образования и науки республики  
Башкортостан государственное автономное  
профессиональное образовательное учреждение  
Туймазинский индустриальный колледж**



**Бизнес-план**

**Работу выполнили студенты группы 2  
Даутова Ильвина, Юлдашева Илина**



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТУЙМАЗИНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ

*Liama*

Бизнес план магазин нижнего белья

Работу выполнили студенты группы  
ЭБ. Факультет И. П. Училища И. Б.