

## Бизнес-планирование

### 1. Цели и задачи дисциплины

#### Целью дисциплины являются:

овладение слушателями основ теории, методологии, практики бизнес-планирования.

#### Задачи дисциплины:

- изучить роль бизнес-планирования в современном предпринимательстве;
- выявить необходимость и преимущества применения бизнес-планирования в деятельности предприятий;
- определить цели и задачи бизнес-планирования;
- изучить структуру бизнес-плана и взаимосвязь основных разделов;
- развить навыки деловой активности с помощью организации составления бизнес-планов.

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Коды компетенций	Результаты освоения образовательной программы (компетенция или содержание достигнутого уровня освоения компетенции)
ПК-7	- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ
ПК-13	- умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций
ПК-18	- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
ПК-19	- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками

### 3. Содержание разделов дисциплин

## **Тема 1: Бизнес-планирование как элемент экономической политики предприятия.**

Сущность бизнес-плана и его роль в современном предпринимательстве; назначение бизнес-плана; цель разработки; функции и принципы бизнес-планирования; этапы разработки; основные требования к разработке бизнес-плана; различные модификации бизнес-плана; факторы, определяющие объем, состав и структуру бизнес-плана; структура бизнес-плана; разделы бизнес-плана: резюме, описание отрасли и предприятия, характеристика товаров и услуг предприятия, приложение; методические подходы к бизнес-планированию в разных странах: российская специфика, американская специфика; отличие бизнес-плана от других плановых документов.

## **Тема 2: Программные продукты для бизнес-планирования.**

Программные средства бизнес-планирования; классификация программных продуктов: по функциям, по возможности изменения алгоритмов расчета, по учету специфики проектов; открытые и закрытые программные продукты; программные продукты для планирования потоков денежных средств; программные продукты для анализа финансового состояния предприятия; программные продукты по маркетингу.

## **Тема 3: Исследование и анализ рынков сбыта**

Структура и содержание раздела; направления комплексного исследования рынка; классификация рынков: по сфере общественного производства, по сроку использования, по территориальному охвату, по соотношению продавцов и покупателей, по объему реализации; сегментация рынка и признаки сегментирования; конъюнктура рынка; факторы, влияющие на уровень спроса; эластичность спроса; емкость рынка; степень удовлетворения спроса; целевой рынок и критерии выбора; этапы выбора целевого рынка; анализ возможности освоения рынка; позиционирование рынка, цель позиционирования; рыночные ниши: горизонтальные и вертикальные; качественные и количественные методы

## **Тема 4: Конкуренция и конкурентное преимущество**

Структура и содержание раздел; бенчмаркинг как основное направление исследования деятельности конкурентов, основные этапы разработки; качество и конкурентоспособность продукции и услуг предприятия; формирование технических и рыночных параметров качества; разработка дизайна товара, его формы, цвета, массы, упаковки, названия, марки; конкурентоспособность продукции, условие конкурентоспособности товара; количественная оценка конкурентоспособности товара; конкурентоспособность предприятия и методы оценки; оценка уровня конкурентоспособности предприятия.

## **Тема 5: План маркетинга**

Структура и содержание раздела; стратегия маркетинга и типы стратегий: недифференцированный, дифференцированный и концентрированный; типы маркетинга в зависимости от характера спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, демаркетинг, противодействующий; товарная политика предприятия; этапы жизненного цикла товара; виды кривых жизненного цикла товара; товарные стратегии фирмы: стратегии инновации товара, стратегии вариации товара, стратегии элиминации товара; горизонтальная, вертикальная и концентрическая диверсификации; ценовая политика и факторы ценообразования; этапы разработки ценовой политики; типы ценовых стратегий; методы определения базовой цены: метод полных издержек, метод маржинальных издержек, метод рентабельности инвестиций, метод ценообразования с ориентацией на конкуренцию; направления корректировки исходной цены или ценовой тактики предприятия; рыночное страхование цен; сбытовая политика: канал сбыта и товародвижение; задачи коммуникативной политики; инструменты комплекса маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, личная продажа, прямой маркетинг, брендинг.

### **Тема 6: Производственный план.**

Структура раздела; технология производства и направления оценки технологий производства; производственная программа предприятия и ее разделы; реализованная продукция (валовой доход); товарная продукция; валовая продукция; показатели чистой и условно-чистой продукции; методика планирования производственной программы; производственная мощность предприятия и ее измерители; причины изменения производственной мощности предприятия; факторы, оказывающие влияние на величину производственной мощности: технические, организационные, экономические и социальные; теоретическая, максимальная, экономическая и практическая мощности; входная и выходная мощности; степень использования мощности предприятия; планирование оборотных средств; оборотные средства в запасах; методы нормирования элементов оборотных средств; определение планового норматива оборотных средств; источники формирования и покрытия дополнительной потребности в оборотных средствах.

### **Тема 7: Финансовый план. Стратегия финансирования.**

Структура и содержание раздела; финансово-экономические результаты деятельности предприятия: показатели эффективности использования основных средств, эффективность использования оборотных средств, показатели эффективности результатов деятельности предприятия; доход от основной деятельности предприятия и его планирование; планирование прибыли и ее распределение; оценка финансового состояния: оценка состава и структуры баланса, оценка ликвидности и платежеспособности, оценка деловой активности, оценка финансовой устойчивости, оценка рентабельности.

Структура и содержание раздела; потребность в инвестициях и источники их финансирования; классификация инвестиций по направлениям вложения средств; источники финансирования бизнес-плана: внутренние источники, заемные средства, привлеченные средства; оценка эффективности проекта; принципы оценки эффективности инвестиций; методы оценки экономической деятельности предприятия; методы дисконтирования; методика оценки эффективности инвестиций, чистый дисконтированный доход; срок окупаемости проекта; внутренняя норма доходности.

### **Тема 8: Оценка рисков.**

Структура и содержание раздела; хозяйственный риск: сущность, место и роль в бизнес-планировании; источники риска; принятие решений в условиях неопределенности; причины хозяйственного риска; виды потерь от риска: материальные, трудовые, финансовые, времени, прочие; группы рисков: внешние и внутренние; зоны риска; способы построения кривой риска: статистический, экспертный, расчетно-аналитический; методы снижения риска: технические, правовые, организационно-экономические; страхование, перестрахование и сострахование рисков; поручительство; распределение риска; резервирование средств; методы количественного и качественного анализа рисков; метод экспертных оценок; метод оценки платежеспособности и финансовой устойчивости; метод целесообразности затрат.

### **4. Общая трудоемкость - 36 часов, в том числе:**

1. Лекции - 8 часов, практические занятия – 10 часов;
2. Самостоятельная работа - 18 часов.

Аттестация –зачет