

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Бизнес-планирование»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.03.01 «Экономика» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Цифровые финансы

Общий объем дисциплины – 3 з.е. (108 часов)

Форма промежуточной аттестации – Зачет.

В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:

- ПК-2.2: Проводит финансовое консультирование;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Бизнес-планирование» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очная. Семестр 4.

1. Основы бизнес-планирования. Бизнес-планирование на предприятии. Введение в бизнес-планирование. Сущность планирования. Формы и методы планирования. Место бизнес-планирования в системе планирования предприятия. Виды планов..

2. Бизнес-планирование на предприятии. Понятие и содержание бизнес-планирования. Цель и назначение бизнес-плана в системе управления фирмой. Задачи и преимущества использования бизнес-плана. Финансовое консультирование о месте и значении бизнес-плана в управлении предприятием.

3. Бизнес-план: сущность, виды, содержание. Задачи и преимущества использования бизнес-плана. Типология бизнес-планов. Основные области применения бизнес-плана. Принципы разработки бизнес-плана. Титульный лист бизнес-плана. Оглавление. Резюме. Краткое содержание. Важность резюме. Уникальность бизнеса. Планируемая стратегия фирмы: вход на рынок или его развитие через анализ факторов, условий, слабых мест в действиях конкурентов. Особенности структуры резюме бизнес-плана нового и действующего бизнеса. Примерная форма резюме. разработка организационно-управленческих решений в процессе бизнес-планирования на предприятии.

4. Анализ внешней среды. Анализ внешней среды. Анализ конкурентов. Анализ ценовой политики. Общее описание рынка и его целевых сегментов. SWOT-анализ. PEST-анализ.

5. Анализ ценовой политики. Анализ ценовой политики. Общее описание рынка и его целевых сегментов. Анализ конкурентов. Прогноз конъюнктуры рынка. Общая стратегия маркетинга: рыночная стратегия бизнеса, описание и анализ особенностей потребительского рынка, влияние внешних факторов на объем и структуру продаж. Анализ продаж за предшествующий период..

6. Сегментация рынка. Определение емкости рынка.. Сегментация рынка. Определение емкости рынка. Планирование ассортимента. Оценка конкурентоспособности товара. Планирование цены. Прогнозирование величины продаж. Разработка собственной ценовой политики фирмы, а также сравнение с ценовой стратегией конкурентов..

Разработал:
доцент
кафедры ЦФ

Т.Н. Глазкова

Проверил:
Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева