

## 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 очно - заочная. Семестр 5.**

**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