

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Таганрогского института  
имени А.П. Чехова (филиала)  
РГЭУ (РИНХ)  
\_\_\_\_\_ Голобородько А.Ю.  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_г.

**Рабочая программа дисциплины  
Бизнес планирование**

направление 09.03.03 Прикладная информатика  
направленность (профиль) 09.03.03.01 Прикладная информатика в менеджменте

Для набора \_\_\_\_\_ года

Квалификация  
Бакалавр

**КАФЕДРА экономики и гуманитарно-правовых дисциплин****Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	18 4/6			
Неделя	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 29.08.2023 протокол № 1.

Программу составил(и): канд. экон. наук, Доц., Майорова Л.Н. \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой: Сердюкова Ю.А. \_\_\_\_\_

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование у студентов современного экономического мышления, освоение методологии планирования бизнеса и приобретение практических навыков по расчету параметров инвестиционного и инновационного проекта с учетом состояния и тенденций изменения рыночной среды в целях управления предприятием и внешних заинтересованных пользователей
-----	--

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-9.1:	Способен понимать экономические процессы и явления, происходящие в различных областях жизнедеятельности
УК-9.2:	Демонстрирует умение анализировать экономическую информацию, касающуюся различных областей жизнедеятельности
УК-9.3:	Владеет навыками формирования обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности
УК-2.1:	Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
УК-2.2:	Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ
УК-2.3:	Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
УК-6.1:	Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда.
УК-6.2:	Умеет демонстрировать умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории.
УК-6.3:	Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей.

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<b>Знать:</b>
<p>Научные основы бизнес-планирования          Процессы бизнес-планирования          Методологию бизнес-планирования          Цели, задачи и принципы составления бизнес-планов          Методы оценки эффективности и надежности бизнес-плана          Методы продвижения бизнес-плана</p>
<b>Уметь:</b>
<p>Разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации          Разрабатывать инвестиционные проекты и проводить их оценку          Разрабатывать организационную структуру          Калькулировать и анализировать себестоимость продукции и принимать обоснованные решения в процессе бизнес- планирования          Уметь оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компании          Применять информационные технологии бизнес-планирования для решения управленческих задач</p>
<b>Владеть:</b>
<p>Владеть методами оценки эффективности проектов          Владеть методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единиц          Владеть методами организационного планирования          Методами финансового прогнозирования          Владеть методами проектирования организационных структур          Владеть информационными технологиями бизнес-планирования</p>

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Основы бизнес-планирования				

1.1	Тема 1.1 Научные основы бизнес-планирования Назначение и целевой характер бизнес-планирования. Теоретические и практические аспекты изучения дисциплины. Прикладной характер дисциплины и оценка целесообразности приобретения научных знаний и практических навыков по разработке бизнес-планов. /Лек/	4	2		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.2	Тема 1.1 Научные основы бизнес-планирования Роль бизнес-планирования в развитии научных концепций, предпринимательства и стабилизации экономической ситуации. Задачи бизнес-планирования. /Пр/	4	2		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.3	Тема 1.1 Научные основы бизнес-планирования Система ограничений и требований к бизнес-планированию. Обеспечение соответствия законодательным и техническим нормативам. Законодательная и нормативная база бизнес-планирования. Зарубежный опыт бизнес-планирования. /Ср/	4	4		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.4	Тема 1.2 Процесс бизнес-планирования Научные основы организации процедуры бизнес-планирования. Определение параметров и структуры бизнес-плана. Содержание разделов бизнес-плана. Порядок разработки бизнес-планов. Отражение специфики и целевого характера бизнес- планирования в последовательности разработки плана. /Лек/	4	2		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.5	Тема 1.2 Процесс бизнес-планирования Задание заказчика на разработку плана. Этапы разработки бизнес-плана. Формирование концепции проектного предложения. Предварительная формулировка целей и задач. /Пр/	4	2		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.6	Тема 1.2 Процесс бизнес-планирования Сбор и анализ маркетинговой информации. Определение отработанных полей деятельности. Компоновка программы развития бизнеса и расчет основных технико-экономических, маркетинговых и финансовых показателей. Последовательность разработки разделов плана. Определение формы представления базовой и плановой информации. Организационные условия процедуры бизнес-планирования. /Ср/	4	4		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.7	Тема 1.3 Организация и содержание бизнес-планирования в организации Бизнес – сущность, цели, субъекты, роль в обществе. Предпринимательский климат и возможные инвесторы.  /Лек/	4	2		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.8	Тема 1.3 Организация и содержание бизнес-планирования в организации Сущность, значение и место бизнес-планирования в управлении предприятием. /Пр/	4	2		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.9	Тема 1.3 Организация и содержание бизнес-планирования в организации Организация процесса бизнес-планирования. Стадии бизнес-планирования. Возможности и проблемы бизнес-планирования в России. /Ср/	4	6		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
	<b>Раздел 2. Методология и практика бизнес-проектирования</b>				

2.1	Тема 2.1 Информационное обеспечение процесса бизнес-планирования Исходная информация для бизнес-планирования. Определение объема, источников и возможностей (финансовых, технических, кадровых и времени) для сбора исходной информации. Внутренняя и внешняя информация. Типы рыночных исследований для сбора информации. /Лек/	4	2		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.2	Тема 2.1 Информационное обеспечение процесса бизнес-планирования Способы сбора информации: наблюдение, эксперимент, опрос. Анкетирование. Виды анкет, принципы построения, выбор типа вопросов. Оценка достаточности и надежности информации. Репрезентативность выборки. Систематизация и обработка информации: ранжирующие шкалы, рейтинговые оценки. /Пр/	4	2		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.3	Тема 2.1 Информационное обеспечение процесса бизнес-планирования Специфика разработки бизнес-планов в условиях ограниченного объема информации или недостаточной ее надежности. Программное обеспечение процесса бизнес-планирования. /Ср/	4	6		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.4	Тема 2.2 Методология бизнес-планирования Научные основы обоснования методологии бизнес-планирования. Методы анализа внешней маркетинговой среды. Исследование особенностей и специфики рыночной конъюнктуры. Оценка рыночного потенциала. Методы расчета рыночного потенциала и маркетингового прогноза. Анализ конкуренции. Методология прогнозирования доли рынка и объемов сбыта продукции (услуг). /Лек/	4	2		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.5	Тема 2.2 Методология бизнес-планирования Выявление преимуществ (сильных сторон) и опасностей для развития бизнеса (слабых сторон). Оценка уровня конкурентоспособности предприятия, реализующего бизнес-проект. Оценка конкурентоспособности продукции. Маркетинговые модели, используемые в бизнес-планировании. Матрица конкуренции по Портеру. Матрица Ансоффа. Матрица БКГ. /Пр/	4	2		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.6	Тема 2.2 Методология бизнес-планирования Методология вариантного проектирования развития рыночной ситуации на период реализации бизнес-плана. Методика планирования показателей бизнес-плана по основным разделам. Оценка рисков в бизнес-планировании. Определение и идентификация рисков. /Ср/	4	6		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.7	Тема 2.3 Оценка эффективности и надежности бизнес-планов Расчет объема требуемых инвестиций, их распределение по периодам реализации проекта.  /Лек/	4	2		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.8	Тема 2.3 Оценка эффективности и надежности бизнес-планов Расчет производственных и финансовых показателей. Оценка рентабельности, внутренней нормы доходности и окупаемости проекта. Принципы оценки эффективности инвестиционных проектов. Абсолютные и сравнительные показатели оценки инвестиций. /Пр/	4	2		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

2.9	Тема 2.3 Оценка эффективности и надежности бизнес-планов Планирование затрат и доходов от реализации бизнес-решений. Формирование плана расходов и доходов. Дисконтирование капитальных вложений и прибыли. Расчет чистой текущей стоимости и сроков окупаемости проекта. Оценка чистых потоков наличности и возвратности заемных средств. Анализ доходности, рентабельности и чувствительности проекта.  /Ср/	4	6		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.10	Тема 2.4 Продвижение бизнес-плана Экспертиза бизнес-плана. Презентация бизнес-плана как способ поиска партнеров-инвесторов.  /Лек/	4	4		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.11	Тема 2.4 Продвижение бизнес-плана Финансирование проекта. Стадии реализации бизнес-плана. /Пр/	4	4		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.12	Тема 2.4 Продвижение бизнес-плана Сопротивление новациям, их выявление и управление ими. Контроль за реализацией бизнес-плана. /Ср/	4	8		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.13	Зачет /Зачёт/	4	0		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Дубровин И. А.	Бизнес-планирование на предприятии: учебник	Москва: Дашков и К°, 2019	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573394">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573394</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Горбунов, В. Л.	Бизнес-планирование: учебное пособие	Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/89423.html">http://www.iprbookshop.ru/89423.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

##### 5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Акимова О. Е., Волков С. К., Митрофанова И. В., Иванов Н. П., Фомичев В. С.	Инновационное предпринимательство в России: тренды, инструменты и потенциал развития: монография	Москва Берлин: Директ-Медиа, 2019	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=498457">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=498457</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.2	Савицкая Е. В.	Программа к учебному курсу «Предпринимательство для начинающих»: облако знаний о бизнесе, или Что ещё стоит почитать: учебная (рабочая) программа	Москва: Вита-Пресс, 2021	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=607299">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=607299</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Сперанский М. М.	План государственного преобразования графа Сперанского М.М. (введение к уложению государственных законов. 1809 г.) с приложением	Санкт-Петербург: Лань, 2014	<a href="http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=50378">http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=50378</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Ледеява, Н. Я., Мельникова, Е. В., Мельникова, О. С.	Внутрифирменное предпринимательство. Венчурное финансирование: учебное пособие	Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева, 2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/107198.html">http://www.iprbookshop.ru/107198.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

#### 1. Информационные справочно-поисковые системы:

– Консультант Плюс.

– Гарант.

– Кодекс.

#### 2. Образовательные порталы:

– Социально-гуманитарное и политологическое образование.

– Государственное и муниципальное управление.

– Экономика. Социология. Менеджмент.

– Российский ресурсный центр учебных кейсов.

### 5.4. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office

### 5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для проведения занятий по дисциплине необходима стандартно оборудованная лекционная аудитория для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, связанный с компьютером, экран настенный, интерактивная доска и компьютерный класс для проведения лабораторных занятий.

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание учебной программы дисциплины реализуются посредством лекционных, семинарских занятий и самостоятельной работы студентов. Рекомендуемые виды лекций: традиционная, лекция - беседа, лекция с разбором конкретных ситуаций.

Рекомендуемые методы обучения: ситуационный анализ, имитационные упражнения, деловая игра, консультация.

Рекомендуемые виды самостоятельных работ: конспектирование, реферирование, составление опорных схем, проработка тестовых заданий, формулирование вопросов к обсуждению. Рекомендуемые методы текущего контроля знаний обучающихся: контрольная работа, тестирование.

Контроль знаний проводится во время промежуточной аттестации (зачет) - в виде устных ответов студентов на вопросы и решения задачи.

В целях активизации усвоения знаний, умений и навыков и повышения качества образовательного процесса применяются активные методы. При изучении данной учебной дисциплины используются:

Ситуационный анализ. Конкретная ситуация – любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

Презентация на основе современных мультимедийных средств. Презентация – эффективный способ донесения информации, наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение и его содержательные функции. Индивидуальные тематические задания интерактивного плана.

Полевые исследования. маркетинговое исследование, специфика которого в непосредственном и всестороннем изучении маркетингового объекта исследования в реальных рыночных условиях. Полевое исследование заключается в сборе первичной информации, оперативных данных об условиях продаж конкретного товара на определенном рынке, а также о реакции покупателей на предлагаемые изделия и об их отношении к фирмам-производителям. Первичную информацию собирают путем наблюдений, обследований, экспериментов, проводимых специально для решения конкретной маркетинговой проблемы.