

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Кафедра отраслевых рынков
Факультет экономики и бизнеса**

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью
Организация: Финансовый университет при Правительстве РФ
Утверждено: Проректор по учебной и методической работе Е.А. Каменева
Сертификат: JGo0ofzozFI/ntkANJ1L1xTikKEmPIXO
Дата: 21.03.2025 г.

Т. В. Харитонов

Отраслевые особенности бизнес-планирования

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 - Менеджмент

Образовательная программа:

Маркетинг

Профиль

Маркетинг

Рекомендовано

Факультет экономики и бизнеса

(протокол №52 от 20.05.2025)

Одобрено

Кафедра отраслевых рынков

(протокол №8 от 28.04.2025)

Москва 2025

Содержание

Наименование разделов РПД		Стр.
1.	Наименование дисциплины	5
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	5
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	9
4.	Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	9
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	10
5.1.	Содержание дисциплины	10
5.2.	Учебно-тематический план	14
5.3.	Содержание семинаров, практических занятий	15
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для	20

	самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	
6.1.	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	21
6.2.	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	23
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	25
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	43
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	45
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	46
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных	49

	справочных систем	
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	49

1. Наименование дисциплины

«Отраслевые особенности бизнес-планирования».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения
ПКН-3	Способность применять инструменты прогнозирования, методы планирования и выработки управленческих решений, а также использовать способы обеспечения координации и контроля деятельности организации	1. Применяет методы анализа внутренней и внешней среды бизнеса, с определением зон конкурентного преимущества фирмы.	Знать: Методы анализа внутренней и внешней среды бизнеса; методы определения конкурентных преимуществ. Уметь: Определять конкурентные преимущества предприятия на основе результатов анализа внутренней и внешней среды.
		2. Использует методики расчета планов, программ и прогнозов на разных уровнях экономики с определением и оценкой их эффективности.	Знать: Методику составления бизнес-плана предприятия (проекта); методы оценки его эффективности. Уметь: Разрабатывать бизнес-план предприятия (проекта) и проводить оценку его эффективности.

		3. Работает с прогнозными документами и планами организации, экономического развития отрасли, региона и экономики в целом.	Знать: Плановые документы предприятия; системный подход к процессу планирования. Уметь: Работать с плановыми документами предприятия (в части их разработки и реализации), используя системный подход.
ПКН-7	Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования	1. Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды.	Знать: Источники и методы анализа информации о предпринимательских возможностях. Уметь: Выявлять предпринимательские возможности с учетом постоянного изменения внешней среды.
		2. Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей.	Знать: Методы реализации бизнес-идеи посредством разработки стартап проекта, инвестиционного проекта; методы формирования (совершенствования) бизнес-модели предприятия. Уметь:

			Разрабатывать концепцию и бизнес-план проекта и формировать эффективную бизнес-модель.
		3. Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.	Знать: Методики расчета экономических и финансовых показателей, используемых для разработки бизнес-плана предприятия (проекта). Уметь: Рассчитывать экономические и финансовые показатели в процессе разработки бизнес-плана предприятия (проекта).
ПКП-2	Способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений	1. Использует лучшие практики при планировании и проведении маркетинговых исследований.	Знать: Передовой опыт планирования и проведения маркетинговых исследований. Уметь: Проводить маркетинговые исследования и разрабатывать планы с учетом передового опыта и отраслевых особенностей.
		2. Демонстрирует навыки в получении маркетинговой информации с	Знать: Источники, методы сбора и обработки маркетинговой информации,

		целью оценки конъюнктуры товарного рынка.	используемой, в том числе, для оценки конъюнктуры товарного рынка. Уметь: Осуществлять сбор и обработку маркетинговой информации, использовать ее для оценки конъюнктуры товарного рынка.
ПКП-3	Способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры	1. Демонстрирует навыки в проведении маркетинговых исследований рыночной конъюнктуры с целью осуществления корректировки цены.	Знать: Рыночные и конкурентные методы ценообразования Уметь: Использовать результаты маркетинговых исследований рыночной конъюнктуры для корректировки цены.
		2. Применяет теоретические знания при оценке внутренних и внешних факторов ценообразования.	Знать: Факторы ценообразования; методы их оценки. Уметь: Проводить оценку внутренних и внешних факторов, влияющих на уровень цен.
		3. Демонстрирует навыки в управлении ценой и	Знать: Методы управления ценой и бюджетом организации.

		бюджетом организации.	Уметь: Разрабатывать управленческие решения, связанные с формированием (изменением) ценовой политики и бюджетной политики организации.
		4. Применяет современные подходы при разработке эффективной политики ценообразования.	Знать: Основы политики ценообразования; подходы к ее разработке. Уметь: Применять современные подходы при разработке эффективной политики ценообразования и планирования цен на товары и услуги.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Отраслевые особенности бизнес-планирования» относится к «Модулю "Планирование развития бизнеса"»

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 8 (в часах)
Общая трудоемкость	3/108	108

дисциплины		
Контактная работа - Аудиторные занятия	16	16
Лекции	4	4
Семинары, практические занятия	12	12
Самостоятельная работа	92	92
Вид текущего контроля	Контрольная работа;	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет;	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Роль и значение планирования в экономике. Современные формы и методы планирования

Причины возрастания роли планирования в современном экономическом процессе. Планирование как инструмент управления деятельностью предприятия. Планирование как наука: предмет, объект и методы планирования.

Классификация видов планирования: с точки зрения обязательности плановых решений, по содержанию плановых решений, по степени охвата объектов планирования, по сроку планирования, в зависимости от выбора предмета планирования и сферы функционирования и др. признаков. Формы планирования.

Основные плановые документы предприятия: планы, бюджеты, программы, проекты, прогнозы.

Системный подход к планированию деятельности предприятия. Основные требования к процессу планирования (принципы планирования).

Построение системы планирования с применением элементов стратегического планирования. Анализ внешней и внутренней

среды предприятия. Определение миссии и целей предприятия. Разработка корпоративной и функциональной стратегий развития предприятия. Реализация миссии, целей и стратегий предприятия путем разработки системы долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов. Интеграция планов. Контроль процесса планирования: виды контроля, основные средства контроля, основные области контроля.

Бизнес-планирование и его значение в управлении развитием современного предприятия. Типы бизнес-планов в зависимости от целей составления: бизнес-план предприятия (структурного подразделения), бизнес-план инвестиционного проекта, стартап-проекта, бизнес-модель, заявка на кредит, заявка на грант и др.

Тема 2. Информационное и методическое обеспечение бизнес-планирования

Виды информации, используемой в процессе планирования. Информация о внешней среде (внешняя информация): достоинства и недостатки вторичной и первичной информации, источники и методы ее получения (опросы в различных формах, тестирования, анализ, прогнозирование и др.) Информация о деятельности предприятия (внутренняя информация): основные информационные блоки, источники и методы ее получения (данные бухгалтерского, статистического, оперативного учета и отчетности, аналитическая информация).

Нормативная база планирования: понятие нормы и норматива, классификация норм и нормативов по различным признакам, использование норм и нормативов в бизнес-планировании.

Методика бизнес-планирования. Предплановые исследования как первый этап бизнес-планирования.

Выбор сферы предпринимательской деятельности: выбор вида бизнеса и отрасли исходя из их инвестиционной привлекательности, уровня конкуренции, типа рынка, состояния сырьевой базы, наличия основных фондов, региональных особенностей функционирования отрасли и др. Формирование идеи нового продукта. Выбор основного потребительского сегмента. Выбор организационно-правовой формы

бизнеса. Планирование месторасположения бизнеса. Основные факторы, влияющие на выбор месторасположения бизнеса.

Предплановые маркетинговые. Показатели, определяемые в ходе предплановых маркетинговых исследований (объем и структура потенциального рынка сбыта). Особенности методики предплановых маркетинговых исследований для предприятий различных отраслей.

Структура бизнес-плана. Рекомендации по содержанию основных разделов бизнес-плана.

Программные продукты для бизнес-планирования: Project expert и др.

Тема 3. Планирование производственной и маркетинговой деятельности предприятия

Планирование продуктовой (производственной) программы предприятия: планирование ассортимента исходя из его ширины, глубины и сопоставимости. Анализ внешних и внутренних ограничений и возможностей предприятия при разработке продуктовой программы (анализ сбыта за предшествующие периоды, анализ возможностей сбыта, анализ ресурсных и финансовых возможностей). Планирование продуктовой программы, ориентированной на возможности сбыта. Планирование продуктовой (производственной) программы при наличии ограничений в ресурсах и рыночных ограничениях.

Планирование материально-технической базы предприятия: помещений, оборудования, материальных ресурсов.

Планирование трудовых ресурсов предприятия. Планирование затрат на оплату труда.

Планирование комплекса маркетинга. Основные этапы маркетингового плана предприятия.

Планирование продвижения продуктов и услуг: выбор средств донесения информации о продукте, услуге и предприятии до потребителя и стимулирования продаж (реклама, связи с общественностью, персональные предложения, программы лояльности и другие элементы коммуникационной политики).

Планирование бюджета маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение продуктов и услуг.

Планирование каналов сбыта: прямые продажи; продажа через посредников; выбор наиболее эффективных каналов сбыта. Внедрение новых форм обслуживания: оплата в рассрочку; постпродажный сервис и др.

Планирование цен на товары и услуги: учет влияния основных факторов ценообразования; выбор метода ценообразования (на основе издержек; с ориентацией на уровень конкуренции; с ориентацией на спрос; параметрические методы).

Особенности планирования производства и маркетинга на предприятиях различных отраслей и сфер деятельности.

Тема 4. Планирование финансового обеспечения деятельности предприятия

Значение финансового плана в процессе бизнес-планирования. Состав и структура финансового плана.

Налоговое планирование: характеристика основных налоговых режимов современных предприятий. Методика составления налогового плана предприятия.

Планирование доходов предприятия: доходы от реализации продуктов и услуг; прочей операционной деятельности; внереализационные доходы.

Планирование расходов предприятия: по экономическим элементам, по калькуляционным статьям, в зависимости от места их возникновения; составление плановых смет расходов и калькуляций. Расчет основных расходов по реализации проекта.

Расчет основных финансовых результатов деятельности: прибыли от реализации продуктов и услуг; прибыли до налогообложения, чистой прибыли; планирование основных направлений распределения чистой прибыли.

Разработка плана денежных поступлений и выплат.

Оценка экономической эффективности проектов: расчет первоначальных инвестиций и текущих расходов по проектам;

поиск и выбор источников финансирования; расчет показателей доходности и срока окупаемости проектов.

Выявление и анализ возможных рисков в деятельности предприятий. Планирование минимизации рисков и защиты от рисков: выбор основных методов защиты от рисков; разработка программы защиты от рисков; расчет затрат по данной программе.

5.2. Учебно-тематический план

очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем(разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
1	Роль и значение планирования в экономике. Современные формы и методы планирования	19	3	1	2	16
2	Информационное и методическое обеспечение бизнес-планирования	19	3	1	2	16
3	Планирование произво	35	5	1	4	30

	дственн ой и маркети нговой деятель ности предпри ятия					
4	Планир ование финансо вого обеспеч ения деятель ности предпри ятия	35	5	1	4	30
	Итого	108	16	4	12	92

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Роль и значение планирования в экономике. Современные формы и методы планирования	1. Перечислить особенности планирования в условиях централизованно управляемой и рыночной экономики. Определить причины усиления значения планирования в современной экономике. 2. Какие объективные обстоятельства обуславливают потребность отраслевого планирования? 3. Охарактеризовать планирование как функцию менеджмента и	Обсуждение дискуссионных вопросов; выполнение индивидуальных и групповых заданий; контроль знаний (опрос)

	отрасль научных знаний. 4. Дать характеристику основных видов планирования. Представить планирование как системный процесс. Раскрыть ключевые принципы планирования. 5. Привести примеры корпоративных стратегий предприятий, характерных для различных отраслей и сфер деятельности. Чем отличается корпоративная стратегия от функциональных? 6. Перечислить основные плановые документы предприятия. В чем заключаются особенности каждого из них? 7. Что представляет собой бизнес-план? Каково его основное назначение?	
Информационное и методическое обеспечение бизнес-планирования	1. Сравнить между собой достоинства и недостатки первичной и вторичной информации. 2. Какие средства информации позволяют наиболее полно исследовать состояние внешней среды предприятия? Что включает в себя внутренняя информация? 3. Как возникают идеи предпринимательског	Обсуждение дискуссионных вопросов; выполнение индивидуальных и групповых заданий; контроль знаний (опрос)

	о проекта? Приведите примеры. Назовите основные критерии приемлемости предпринимательской идеи. По каким причинам идею проекта следует отклонить? 4. В чем заключаются особенности проведения предплановых маркетинговых исследований для промышленных предприятий? Предприятий сферы услуг? Предприятий креативных индустрий? 5. Из каких разделов состоит бизнес-план? Какая информация должна содержаться в каждом разделе? 6. Какие факторы, рассматриваемые в бизнес-плане, могут угрожать успеху туристского предприятия? Какую важную для себя информацию может почерпнуть из бизнес-плана потенциальный инвестор? 7. Почему существует необходимость автоматизации процесса планирования? Сравните между собой наиболее известные программные продукты, используемые для целей планирования.	
Планирование производственной и	1. Какие существуют подходы к	Обсуждение дискуссионных

маркетинговой деятельности предприятия	планированию производственной (продуктовой) программы? В качестве иллюстрации ответа привести примеры из различных отраслей и сфер деятельности. 2. Какие расходы предприятия рассчитываются в процессе планирования материально-ресурсного обеспечения производственной (продуктовой) программы? 3. В чем заключается специфика планирования трудовых ресурсов? Как планирование трудовых ресурсов связано с планированием организационно-управленческой структуры предприятия? 4. Охарактеризовать системы оплаты труда на современных предприятиях. Перечислить их достоинства и недостатки. 5. Как действуют в современных условиях механизмы начисления премий, доплат, надбавок? 6. Что включает в себя планирование комплекса маркетинга? 7. Что представляют собой маркетинговые	вопросов; выполнение индивидуальных и групповых заданий; контроль знаний (проверочная работа)
---	---	--

	стратегии? Какое место они занимают в системе маркетингового планирования? 8. Дать характеристику наиболее эффективных средств маркетинга, способствующих продвижению продуктов и услуг (на примере различных отраслей и сфер деятельности). 9. Как составляется бюджет рекламы и других маркетинговых мероприятий? 10. Перечислить каналы сбыта продуктов и услуг. Как можно оценить их эффективность? 11. Перечислить основные подходы к ценообразованию. Какие методы ценообразования в рамках данных подходов наиболее часто используются промышленными предприятиями? Предприятиями сферы услуг? Почему? 12. Какие факторы оказывают наибольшее влияние на изменение цен в современных условиях?	
Планирование финансового обеспечения деятельности предприятия	1. Какие основные разделы включает финансовый план? 2. Почему налоговое планирование так важно для предприятий?	Обсуждение дискуссионных вопросов; выполнение индивидуальных и групповых заданий; контроль знаний

	3. В чем разница между планом доходов и расходов и планом денежных поступлений и выплат? Что лежит в основе каждого из этих планов? 4. Что такое точка самоокупаемости? На каких предположениях строится анализ самоокупаемости? Как влияет повышение цены реализации на точку самоокупаемости? 5. Что представляет собой план по источникам и использованию средств? Назовите наиболее распространенные способы привлечения инвестиций в проекты. 6. С помощью каких показателей можно оценить экономическую эффективность инвестиционных проектов? 7. Какие методы существуют для оценки основных факторов риска? 8. Как может предприятие устранить риски, избежать их или смягчить? Каков самый лучший путь для защиты бизнеса от финансовых рисков?	(проверочная работа)
--	--	----------------------

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Роль и значение планирования в экономике. Современные формы и методы планирования	1. Особенности планирования в условиях централизованно управляемой и рыночной экономики. 2. Особенности отраслевого планирования (на примере различных отраслей и сфер деятельности). 3. Специфика планирования в России. 4. Роль функции контроля в процессе планирования. 5. Основные плановые документы предприятия: планы, прогнозы, проекты, программы, бюджеты. 6. Системный подход к процессу планирования. Интеграция планов. 7. Бизнес-модели современных предприятий.	Работа с учебной и справочной литературой, нормативными документами, ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет». Выполнение индивидуальных и групповых заданий.
Информационное и методическое обеспечение бизнес-планирования	1. Информационная система современного предприятия. 2. Нормы и нормативы, используемые в процессе	Работа с учебной и справочной литературой, нормативными документами, ресурсами

	планирования деятельности предприятия и разработки предпринимательских проектов. 3. Методы исследования внешней среды предприятия. 4. Методы исследования внутренней среды предприятия. 5. Особенности проведения маркетинговых исследований в различных отраслях и сферах деятельности. 6. Процессы разработки и корректировки бизнес-плана. 7. Программные продукты, используемые для целей планирования.	информационно-коммуникационной сети «Интернет». Выполнение индивидуальных и групповых заданий.
Планирование производственной и маркетинговой деятельности предприятия	1. Имущественный комплекс предприятия. 2. Организационно-правовые формы современных предприятий. 3. Организационные структуры управления. 4. Системы и формы оплаты труда. 5. Механизмы начисления премий, доплат, надбавок. 6. Роль маркетинга в формировании базовых и конкурентных стратегий предприятия. 7. Глобальные маркетинговые стратегии. 8. Реклама	Работа с учебной и справочной литературой, нормативными документами, ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет». Выполнение индивидуальных и групповых заданий.

	как элемент коммуникационной политики (продвижения). Функции рекламы. Классификация рекламы по различным признакам. 9. Другие элементы интегрированных маркетинговых коммуникаций (связи с общественностью, стимулирование сбыта, прямые продажи). 10. Подходы к ценообразованию. Основные методы ценообразования.	
Планирование финансового обеспечения деятельности предприятия	1. Основные элементы налогового планирования. 2. Понятие и классификация доходов предприятия. 3. Понятие и классификация расходов предприятия. 4. Экономическая эффективность деятельности предприятия. Основные оценочные показатели. 5. Балансовый план предприятия. 6. Показатели оценки финансового состояния предприятия. 7. Инвестиционная привлекательность проектов (бизнеса). 8. Страхование как способ защиты от рисков в бизнесе.	Работа с учебной и справочной литературой, нормативными документами, ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет». Выполнение индивидуальных и групповых заданий.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Цель выполнения и тематика контрольной работы

Выполнение студентами контрольной работы обеспечит возможность объективной оценки знаний и умений, полученных ими в процессе изучения данной дисциплины.

Оценка контрольной работы проводится в рамках текущего контроля успеваемости студентов с использованием балльно-рейтинговой системы.

Контрольная выполняется студентом самостоятельно.

Общая тематика контрольной работы связана с разработкой концептуального бизнес-плана в различных отраслях и сферах деятельности по следующим направлениям:

- бизнес-план стартап-проекта;
- бизнес-план инвестиционного проекта функционирующего предприятия;
- бизнес-план развития предприятия.

Тематика каждой конкретной работы формулируется студентом самостоятельно (на основе собственной бизнес-идеи) и согласовывается с преподавателем.

Структура и содержание контрольной работы

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Введение (1-2 страницы).
4. Основная часть (8-10 страниц).
5. Заключение (1-2 страницы).
6. Список используемых источников информации.
7. Приложения (при необходимости).

Содержание работы во многом зависит от ее тематической направленности. Однако в обязательном порядке должны быть освещены следующие аспекты:

- цели проекта (целевые ориентиры развития предприятия);
- характеристика основных продуктов и услуг, оценка их конкурентных преимуществ;
- оценка потенциального и фактического рынка сбыта, выбор целевого сегмента;
- ресурсное обеспечение проекта (деятельности предприятия);
- выявление факторов будущего успеха;
- расчет планируемых результатов деятельности.

Дополнительная информация:

Общие требования к оформлению

Шрифт – Times New Roman ; размер шрифта – 14; межстрочный интервал – 1,5; отступ первой строки в абзаце (красная строка) – на 1,25 см; выравнивание по ширине; более подробные правила оформления работ – см. в ГОСТ 7.32-2001 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2. *Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.*

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

ПКН-3 Способность применять инструменты прогнозирования, методы планирования и выработки управленческих решений, а также использовать способы обеспечения координации и контроля деятельности организации

1) 1. Применяет методы анализа внутренней и внешней среды бизнеса, с определением зон конкурентного преимущества фирмы.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Методы анализа внутренней и внешней среды бизнеса; методы определения конкурентных преимуществ.

Уметь: Определять конкурентные преимущества предприятия на основе результатов анализа внутренней и внешней среды.

Типовые контрольные задания

1. Дать развернутый ответ на вопрос

Стратегический анализ окружающей среды предприятия.

Оценка внутреннего потенциала предприятия.

Планирование стратегий достижения конкурентных преимуществ.

2. Выполнить практико-ориентированное задание

Используя приведенные ниже балльные оценки (от 5 (max) до 1 (min), 0 – отсутствие параметра), сделайте вывод о конкурентной позиции каждого из мини-отелей.

Сравнительная оценка мини-отелей (г. Анапа)

Оценочные параметры	Мини-отель «Комфорт»	Мини-отель «Формула-1»	Мини-отель «Лучший отдых»
1. Месторасположение	4	3	5
2. Внешний вид объекта	3	3	5
3. Благоустройство территории	3	4	5
4 . Интерьер	4	3	5

общих помещений			
5. Интерьер номеров	4	3	5
6. Категорирование номеров	3	4	3
7. Система питания	0	2	5
8. Бизнес-зона	0	0	4
9. Развлекательная зона	0	1	5
10. Ценовая политика	4	4	3
11. Маркетинговая политика	3	3	4
12. Квалификация персонала	0	0	0
13. Наличие парковок	5	5	5
14. Дополнительные услуги	2	2	5
15. Транспортная доступность	3	4	4

Сформулируйте общие проблемы для российских мини-отелей, расположенных в курортных зонах, и дайте рекомендации по укреплению их конкурентных позиций.

2) 2. Использует методики расчета планов, программ и прогнозов на разных уровнях экономики с определением и оценкой их эффективности.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Методику составления бизнес-плана предприятия (проекта); методы оценки его эффективности.

Уметь: Разрабатывать бизнес-план предприятия (проекта) и проводить оценку его эффективности.

Типовые контрольные задания

1. Дать развернутый ответ на вопрос

Состав и структура бизнес-плана.

Оценка экономической эффективности проектов.

Контроль процесса планирования.

2. Выполнить практико-ориентированное задание

Предприятие инвестировало в проект 120,0 млн. рублей. Ежегодные планируемые поступления от проекта 20,0; 40,0; 80,0; 100,0 млн. рублей соответственно. Определить срок окупаемости проекта с учетом текущей и будущей стоимости поступлений. Ставка дисконтирования составляет 16%.

Показатели	Предпроектный период	Период реализации проекта
1	2	3
1. Инвестиции в проект, млн. руб.	120,0	
2. Поступления от реализации, млн. руб.		20,0
3. Поступления от реализации с учетом дисконтирования, млн. руб.		
4. Срок окупаемости проекта, лет		
5. Срок окупаемости проекта с учетом дисконтирования, лет		

3) 3. Работает с прогнозными документами и планами организации, экономического развития отрасли, региона и экономики в целом.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Плановые документы предприятия; системный подход к процессу планирования.

Уметь: Работать с плановыми документами предприятия (в части их разработки и реализации), используя системный подход.

Типовые контрольные задания

1. Дать развернутый ответ на вопрос

Плановые документы предприятия.

Системный подход к планированию деятельности предприятия.

Интеграция планов предприятия. Связь долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов.

2. Выполнить практико-ориентированное задание

Составьте отчет о затратах на оплату труда проектной группы, продвигающей на рынок новые продукты фирмы, по следующим данным:

- объем полученной выручки – 12,0 млн. рублей;
- на оплату труда направлено 40% полученной выручки, причем на долю руководителя группы – 20% фонда оплаты труда на долю заместителя руководителя группы – 80% от зарплаты руководителя; на долю менеджера (в группе 3 менеджера) – 80% от зарплаты заместителя руководителя; на долю делопроизводителя – 70% от зарплаты менеджера.
- остальная часть распределена на премии в равных долях.

Сделайте вывод, в каких отраслях и на каких предприятиях целесообразно использовать бестарифную систему труда.

ПКН-7 Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования

1) 1. Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Источники и методы анализа информации о предпринимательских возможностях.

Уметь: Выявлять предпринимательские возможности с учетом постоянного изменения внешней среды.

Типовые контрольные задания

1. Дать развернутый ответ на вопрос

Стратегический анализ окружающей среды предприятия.

Предплановые маркетинговые исследования.

2. Выполнить практико-ориентированное задание

Компания планирует выйти на новый рынок. Число потенциальных клиентов (лиц, выразивших заинтересованность предложениями ее продуктов) может составить порядка 1089 человек, причем соотношение массового и премиального сегментов – 87% к 13%. Однако в условиях ограниченности ресурсов компания может ориентироваться только на один сегмент. Какой сегмент наиболее предпочтителен для нее, если в массовом сегменте востребованность продуктов компании может составлять 1 раз в год, а средняя цена заказа – 70,5 тыс. рублей; в премиальном сегменте востребованность продуктов компании может составлять 1 раз в полгода, а средняя цена заказа – 165,2 тыс. рублей.

2) 2. Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Методы реализации бизнес-идеи посредством разработки стартап проекта, инвестиционного проекта; методы формирования (совершенствования) бизнес-модели предприятия.

Уметь: Разрабатывать концепцию и бизнес-план проекта и формировать эффективную бизнес-модель.

Типовые контрольные задания

1. Дать развернутый ответ на вопрос

Бизнес-план: сущность, функции, виды.

Состав и структура бизнес-плана.

Планирование месторасположения бизнеса.

Планирование ассортимента.

Планирование ресурсного обеспечения бизнес-плана.

Планирование продвижения продуктов и услуг.

Планирование каналов сбыта.

Планирование защиты от рисков.

Разработка плана по источникам поступления средств.

2. Выполнить практико-ориентированное задание

Презентация бизнес-идеи (на примере различных отраслей и сфер деятельности):

- Краткая характеристика бизнес-идеи и ее ключевых элементов: характеристика предлагаемой продукции или услуг; оценка рынка сбыта; выбор целевого сегмента; определение потребности в ресурсах.
- Описание основных способов действий предпринимателя по реализации бизнес-идеи.
- Факторы будущего успеха (конкурентные преимущества).
- Прогнозируемые финансово-экономические результаты.

3) 3. Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Методики расчета экономических и финансовых показателей, используемых для разработки бизнес-плана предприятия (проекта).

Уметь: Рассчитывать экономические и финансовые показатели в процессе разработки бизнес-плана предприятия (проекта).

Типовые контрольные задания

1. Дать развернутый ответ на вопрос

Планирование продуктовой (производственной) программы.

Планирование оплаты труда.

Планирование налоговых платежей.

План доходов и расходов.

Планирование прибыли как основного финансового результата деятельности предприятия.

2. Выполнить практико-ориентированное задание

Планируемые расходы посреднической фирмы:

- аренда помещения – 718200 рублей;
- коммунальные услуги – 134500 рублей;
- амортизация оборудования – 117500 рублей;
- оплата труда (3-х сотрудников) – 2780340 рублей;
- страховые взносы – ____;
- реклама – 236000 рублей;
- прочие расходы – 22500 рублей.

Покроет ли фирма свои расходы за счет комиссионного вознаграждения, которое планируется в среднем на уровне 12% от объема продаж? Объем продаж планируется не ниже 50,0 млн. рублей. Возможно ли получение прибыли? Каков будет уровень рентабельности? Составьте бюджет данной фирмы на плановый период.

ПКП-2 Способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений

1) 1. Использует лучшие практики при планировании и проведении маркетинговых исследований.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Передовой опыт планирования и проведения маркетинговых исследований.

Уметь: Проводить маркетинговые исследования и разрабатывать планы с учетом передового опыта и отраслевых особенностей.

Типовые контрольные задания

1. Дать развернутый ответ на вопрос

Состав и структура бизнес-плана.

Предплановые маркетинговые исследования.

Структура и содержание плана маркетинга.

Структура и содержание основных разделов финансового плана.

2. Выполнить практико-ориентированное задание

Вновь созданная турфирма «Капитан Немо» планирует выйти на рынок прогулочных речных круизов города Москвы. На начальном этапе турфирма предполагает работать в сегменте прогулочных туров и круизов «выходного дня» и ориентироваться на клиентов эконом-класса, имеющих не очень высокий, но стабильный доход, а также людей «третьего возраста». Дислокация потенциальных клиентов – жители г. Москвы и ближайшего Подмосковья. По результатам специально проведенных исследований численность такого населения составляет порядка 1812000 человек.

При расчете потенциальных клиентов турфирмы следует учесть ряд ограничений:

- 1) по статистике около 82% населения предпочитают иные виды туризма;
- 2) из числа оставшихся 70% населения уже являются клиентами других турфирм, занимающихся речными круизами;
- 3) случайным образом или посредством маркетинговых мероприятий можно привлечь порядка 700 человек в год из числа лиц, не подходящих по основным характеристикам к целевому сегменту.

Исходя из приведенной выше информации, рассчитайте количество потенциальных клиентов турфирмы.

2) 2. Демонстрирует навыки в получении маркетинговой информации с целью оценки конъюнктуры товарного рынка.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Источники, методы сбора и обработки маркетинговой информации, используемой, в том числе, для оценки конъюнктуры товарного рынка.

Уметь: Осуществлять сбор и обработку маркетинговой информации, использовать ее для оценки конъюнктуры товарного рынка.

Типовые контрольные задания

1. Дать развернутый ответ на вопрос

Внешняя информация, используемая в процессе планирования.

Предплановые маркетинговые исследования.

Планирование продуктовой (производственной) программы.

2. Выполнить практико-ориентированное задание

Вновь созданная турфирма «Капитан Немо» планирует выйти на рынок прогулочных речных круизов города Москвы. На начальном этапе турфирма предполагает работать в сегменте прогулочных туров и круизов «выходного дня» и ориентироваться на клиентов эконом-класса, имеющих не очень высокий, но стабильный доход, а также людей «третьего возраста». Дислокация потенциальных клиентов – жители г. Москвы и ближайшего Подмосковья.

По результатам специально проведенных исследований количество потенциальных клиентов турфирмы может составить порядка 975 человек.

Исследования потребительских предпочтений показали следующие результаты:

- круизы «выходного дня» (продолжительностью 2-4 дня) предпочитают около 18% потенциальных потребителей (как правило, 1 раз в год).
- речные прогулки (продолжительностью 3-6 часов) выбирают около 82% потребителей, как минимум 1,5 раза в год.

Исходя из приведенной выше информации, рассчитайте емкость потенциального рынка сбыта услуг данной турфирмы.

ПКП-3 Способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры

1) 1. Демонстрирует навыки в проведении маркетинговых исследований рыночной конъюнктуры с целью осуществления корректировки цены.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Рыночные и конкурентные методы ценообразования

Уметь: Использовать результаты маркетинговых исследований рыночной конъюнктуры для корректировки цены.

Типовые контрольные задания

1. Дать развернутый ответ на вопрос

Предплановые маркетинговые исследования.

Планирование маркетинговых стратегий предприятия.

Планирование стратегий достижения конкурентных преимуществ.

Планирование цен на продукты и услуги.

2. Выполнить практико-ориентированное задание

Рассчитать прирост выручки от продаж за счет внедрения сезонных скидок.

Продукт	Сезонные скидки, %	Планируемый дополнительный объем реализации, ед.	Цена продукта, тыс. руб.	Планируемый прирост выручки, тыс. руб.
Без скидки	Со скидкой			
А	14	13	91,0	
Б	10	10	90,0	
В	11	11	86,0	
Г	10	7	88,0	

Д	12	11	87,0	
Е	15	5	95,0	
Ж	17	11	92,0	
З	19	14	93,0	
И	18	9	96,0	
К	11	12	84,0	
Всего:				

2) 2. Применяет теоретические знания при оценке внутренних и внешних факторов ценообразования.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Факторы ценообразования; методы их оценки.

Уметь: Проводить оценку внутренних и внешних факторов, влияющих на уровень цен.

Типовые контрольные задания

1. Дать развернутый ответ на вопрос

Планирование цен на товары и услуги.

2. Выполнить практико-ориентированное задание

В течение года фирма планировала реализовать:

1) продукт «А» – 3000 ед. по цене 80,0 тыс. рублей;

2) продукт «В» – 3000 ед. по цене 90,0 тыс. рублей.

Однако увеличение цен поставщиков и подрядчиков привело к тому, что цена продукта «А» возросла до 96,0 тыс. рублей, а продукта «В» – до 104,0 тыс. рублей.

Какой продукт в сложившихся условиях окажется более конкурентоспособным, если эластичность спроса по цене на продукт «А» и продукт «В» составляют 0,96 и 0,82 соответственно?

3) 3. Демонстрирует навыки в управлении ценой и бюджетом организации.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Методы управления ценой и бюджетом организации.

Уметь: Разрабатывать управленческие решения, связанные с формированием (изменением) ценовой политики и бюджетной политики организации.

Типовые контрольные задания

1. Дать развернутый ответ на вопрос

Планирование цен на товары и услуги.

План доходов и расходов.

2. Выполнить практико-ориентированное задание

Рассчитать прирост выручки от продаж за счет внедрения скидок постоянным клиентам.

Продукт	Скидки постоянным клиентам, %	Планируемый дополнительный объем реализации, ед.	Цена продукта, тыс. руб.	Планируемый прирост выручки, тыс. руб.
Без скидки	Со скидкой			
А	3	7	82,0	
Б	3	7	86,0	
В	3	7	88,0	
Г	5	9	90,0	
Д	5	9	91,0	
Е	5	9	92,0	
Ж	7	11	95,0	
З	7	11	95,0	
И	8	12	96,0	
К	8	12	100,0	
Всего:				

4) 4. Применяет современные подходы при разработке эффективной политики ценообразования.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Основы политики ценообразования; подходы к ее разработке.

Уметь: Применять современные подходы при разработке эффективной политики ценообразования и планирования цен на товары и услуги.

Типовые контрольные задания

1. Дать развернутый ответ на вопрос

Планирование маркетинговых стратегий предприятия.

Планирование цен на товары и услуги.

2. Выполнить практико-ориентированное задание

Рассчитать цену на новые продукты предприятия и выручку от их реализации. Какой из трех продуктов наиболее предпочтителен для предприятия?

Наименование продукта	Планируемая себестоимость единицы продукта, тыс. руб.	Планируемая прибыль с единицы продукта, тыс. руб.	Планируемая цена нового продукта, тыс. руб.	Планируемый объем реализации, ед.	Планируемая выручка от реализации, тыс. руб.
А	60,96	17,3		67	
Б	76,91	15,5		43	
В	51,52	14,1		52	
Итого:					

Примеры практико-ориентированных заданий

Задание 1. Деловая игра "Битва бизнес-идей"

Бизнес-идея – это идея, которая может быть использована для построения новой компании или нового направления деятельности в уже работающей компании. Как правило, бизнес-идея направлена на создание новых продуктов (товаров или услуг) или новой бизнес-модели. Яркие примеры – конвейерное производство, внедренное на автомобильном заводе Г. Форда; ресторан быстрого питания «McDonald's».

Задание:

1. Подготовить доклад с презентацией на тему: «Золотое трио: лучшие бизнес-идеи XIX, XX и XXI веков».
2. Подготовить доклад с презентацией на тему: «На благо человечества: лучшая идея в сфере социального предпринимательства».
3. Подготовить доклад с презентацией по собственной бизнес-идее.

По первому и второму направлениям каждый участник битвы должен найти интересный пример и убедительно доказать, что выбранная им бизнес-идея способствовали успеху конкретного предприятия или даже развитию целых отраслей (сфер деятельности), становлению национальных и международных рынков. Продолжительность доклада – 5-7 минут, количество слайдов – 3-4.

По третьему направлению участники битвы должны презентовать собственную бизнес идею. Продолжительность доклада – 5-7 минут, количество слайдов – 3-4.

Студенты, не выступающие с докладами, выступают членами жюри (потенциальными инвесторами).

Задание 2. Ситуационная задача

Предприниматель решил открыть салон красоты в микрорайоне X, численность которого составляет около 50000 человек, а площадь 8,5 кв. км.

Поскольку в районе работают несколько аналогичных предприятий, ареалом обслуживания создаваемого салона на первом этапе было решено несколько десятков домов, которые находятся в зоне его пешеходной доступности. Площадь ареала обслуживания составляет 1,2 кв. км.

Салон предполагается ориентировать на клиентов со средним уровнем дохода. Они составляют 65% от всего населения, проживающего в ареале обслуживания. Специально проводимое маркетинговое исследование показало, что:

- услугами салонов вообще не пользуется по различным причинам 35% потенциальных клиентов;

- не предполагает пользоваться услугами данного салона (в связи с тем, что являются клиентами других салонов) – 55%;
- можно привлечь из других районов – 10%.

На основе приведенных выше данных рассчитать количество потенциальных клиентов салона.

Также в ходе маркетингового исследования была определена доля потребителей, предпочитающих пользоваться той или иной услугой, а также частоту их потребления в течение года:

- услугой А (условное название, может быть заменено названием конкретной услуги) предполагает пользоваться 80% потенциальных потребителей с периодичностью 1 раз в 2 месяца;
- услугой В предполагает пользоваться 50% потенциальных потребителей с периодичностью 1 раз в 3 месяца;
- услугой С предполагает пользоваться 30% потенциальных потребителей с периодичностью 1 раз в 6 месяцев.

На основе приведенных выше данных рассчитать емкость потенциального рынка сбыта услуг.

Задание 3. Расчетно-аналитическая задача

В районе N предполагается создать турбазу с собственной обеспечивающей инфраструктурой. Проект предполагается реализовать в 2026-2028 гг., в частности:

- в 2026 г. – строительство коттеджного комплекса, стоимость 1000 ден. ед., 80% – частные инвестиции, 20% – средства бюджета субъекта РФ;
- в 2027 г. – реконструкция участка федеральной трассы по направлению к коттеджному поселку, стоимость 500 ден. ед., 50% – частные инвестиции, 50% – средства федерального бюджета;
- в 2028 г. – строительство пляжа, стоимость 300 ден. ед., 50% – частные инвестиции, 50% – средства местного бюджета.
- прочие затраты подготовительного периода (закладывается по 10% от величины затрат на возведение объектов туристской и

вспомогательной инфраструктуры в каждый год расчетного периода), 100% – частные инвестиции.

Деятельность по приему и обслуживанию туристов предполагается начать в 2027 году. Ожидается, что валовой объем продаж в 2027 году составит 2000 ден. ед. Каждый последующий год прогнозируется его рост на 20%.

Ожидаемые прямые (переменные) затраты в 2027 году – 1000 ден. ед. Каждый последующий год прогнозируется их рост на 15%.

Постоянные затраты возникнут уже в 2026 году – 100 ден. ед. (налог на имущество, амортизация, прочие затраты). В 2027 году они составят 500 ден. ед. Каждый последующий год прогнозируется их рост на 5%.

Также рассматривается возможность сокращения первоначального объема инвестиций на 180 ден. ед. (около 9%) за счет реинвестирования чистой прибыли, получаемой от операционной деятельности.

Прогнозируемая ставка дисконтирования – 9%.

Дать оценку экономической эффективности создания турбазы в районе N в течение 5 лет от момента начала реализации проекта.

Примерные вопросы для подготовки к Зачету

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Планирование как функция управления и область научных знаний.
2. Причины возрастания значения планирования в современных условиях.
3. Роль планирования в деятельности предприятия.
4. Виды и формы планирования.
5. Принципы планирования.
6. Плановые документы предприятия.
7. Системный подход к планированию деятельности предприятия.

8. Стратегический анализ окружающей среды предприятия.
9. Оценка внутреннего потенциала предприятия.
10. Планирование базовой и функциональных стратегий развития предприятия.
11. Планирование стратегий достижения конкурентных преимуществ.
12. Интеграция планов предприятия. Связь долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов.
13. Контроль процесса планирования.
14. Внешняя информация, используемая в процессе планирования.
15. Внутренняя информация, используемая в процессе планирования.
16. Нормы и нормативы, используемые при составлении бизнес-планов.
17. Бизнес-план: сущность, функции, виды.
18. Состав и структура бизнес-плана.
19. Предплановые маркетинговые исследования.
20. Планирование месторасположения бизнеса.
21. Планирование ассортимента.
22. Планирование продуктовой (производственной) программы.
23. Планирование ресурсного обеспечения бизнес-плана.
24. Планирование оплаты труда.
25. Планирование организационной структуры управления предприятием (проектом).
26. Структура и содержание плана маркетинга.
27. Планирование маркетинговых стратегий предприятия.
28. Планирование цен на продукты и услуги.

29. Планирование продвижения продуктов и услуг.
30. Планирование каналов сбыта.
31. Планирование защиты от рисков.
32. Структура и содержание основных разделов финансового плана.
33. Планирование налоговых платежей.
34. План доходов и расходов.
35. План денежных поступлений и выплат.
36. Планирование прибыли как основного финансового результата деятельности предприятия.
37. Разработка плана по источникам поступления средств.
38. Оценка экономической эффективности проектов.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативно-правовые акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (действующая редакция).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (действующая редакция).

Основная литература:

1. Сергеев , Александр Александрович Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. 5-е изд. , испр. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 435 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/561734> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/561734> ISBN 978-5-534-20234-2 : 2099.00

2. Купцова , Елена Валентиновна Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / Е. В. Купцова ; ответственный редактор А. А. Степанов. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 435 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/560505> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560505> ISBN 978-5-9916-8377-7 : 2099.00

Дополнительная литература:

1. Чараева , Марина Викторовна Инвестиционное бизнес-планирование : Учебное пособие / Южный федеральный университет ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) ; Национальный исследовательский центр "Курчатовский институт" 1 Москва : Издательский дом "Альфа-М" , 2022 176 с. (Бакалавриат) ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=400869> ISBN 978-5-98281-370-1 ISBN 978-5-16-100327-5 (электр. издание) ISBN 978-5-16-009252-2 (ISBN соиздателя)

2. Бизнес-планирование в туризме : Учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации 5 Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К" , 2023 308 с. ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=431540> ISBN 978-5-394-05198-2

3. Завгородняя , Анна Васильевна Маркетинговое планирование : учебник для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. 2-е изд. , пер. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 340 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/563875> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/563875> ISBN 978-5-534-06590-9 : 1689.00

4. Бизнес-планирование на автотранспортной фирме : Учебно-методическая литература / Сибирский государственный автомобильно-дорожный университет Омск : Сибирский государственный автомобильно-дорожный университет , 2022 15 с. ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=435998>

5. Пашовкина , Елена Владимировна Бизнес-планирование крестьянских (фермерских) хозяйств : Учебно-методическая

литература / Волгоградский государственный аграрный университет Волгоград : ФГБОУ ВПО Волгоградский государственный аграрный университет , 2021 64 с. ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=419319>

6. Алиев , Вагиф Судеиф Бизнес-планирование с использованием программы Project Expert (полный курс) : Учебное пособие : Учебное пособие / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации 2 , перераб. и доп. Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М" , 2025 382 с. (Высшее образование (Финансовый университет)) ВО - Бакалавриат <https://znanium.ru/catalog/document?id=458881> ISBN 978-5-16-020731-5 ISBN 978-5-16-109436-5 (электр. издание)

7. Планирование деятельности предприятия: бизнес-идеи пути реализации : Монография / Е.А. Репина, Н.Н. Муравьева Электрон. дан. Москва : Русайнс , 2023 92 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/948906> ISBN 978-5-466-02967-3

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. •Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. •Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. •Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. •Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru/>
5. •Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
6. •Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
7. •Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>

8. • Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
9. • Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
10. • Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
11. • Справочная правовая система «Консультант Плюс»
<https://www.consultant.ru/>
12. • Справочная правовая система «ГАРАНТ» <https://www.garant.ru/>
13. • Электронные продукты издательства Elsevier
<http://www.sciencedirect.com>
14. • Электронные коллекции книг и журналов издательства Springer:
<http://link.springer.com/>
15. • База данных научных журналов издательства Wiley
<https://onlinelibrary.wiley.com/>
16. СПАРК <https://spark-interfax.ru/>
17. Платформа STATISTA <https://www.statista.com/>
18. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). URL:
<http://www.rosstat.gov.ru>
19. Министерство экономического развития Российской Федерации
URL: <https://economy.gov.ru/>
20. Сайт по теории и практике маркетинга – www.4p.ru
21. Анализ и моделирование бизнес-процессов.
<https://online.edu.ru/public/course?faces-redirect=true&cid=980387>
22. URL:<http://www.rbk.ru> - Официальный сайт РосБизнесКонсалтинг

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для более эффективного изучения дисциплины студентам необходимо ознакомиться с:

- содержанием рабочей программы дисциплины,

- целями и задачами дисциплины,
- методическими разработками по данной дисциплине, имеющимися на образовательном портале,
- графиком консультаций преподавателей, читающих эту дисциплину.

При подготовке к лекционным занятиям студентам необходимо:

- Перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы.
- На отдельные лекции приносить соответствующий материал на бумажных носителях, представленный лектором на портале или присланный на «электронный почтовый ящик группы» (слайды, таблицы, графики, схемы). Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции.
- Перед очередной лекцией необходимо просмотреть конспект материала предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным информационным источникам. Если разобраться в материале опять не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю, ведущему практические занятия.

При подготовке к практическим (семинарским) занятиям студентам следует:

- приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу на конкретное семинарское занятие.
- в первую очередь обращаться к нормативным документам, основной и дополнительной литературе, рекомендованной рабочей программой дисциплины и преподавателем.
- особое внимание уделять периодическим изданиям, где рассматриваются актуальные вопросы изучаемой предметной области, при этом необходимо обращать внимание на дискуссионные вопросы (желательно использовать источники за последние два года, так как проблемы, которые обсуждались на

страницах экономических журналов ранее, сегодня уже могут быть неактуальны).

- в начале занятия (или на консультации) задавать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в их понимании и освоении при выполнении заданий, отведенных для самостоятельной работы.
- в ходе семинаров давать конкретные и четкие ответы по существу вопросов, выполнять задания, в случае затруднений обращаться к преподавателю.

Студентам, пропустившим семинарские занятия (независимо от причин), рекомендуется самостоятельно освоить необходимый материал и отчитаться преподавателю о проделанной работе на консультации. В противном случае они упускают возможность получить положенные баллы за работу в семестре.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

При подготовке контрольной работы (в рамках текущего контроля успеваемости) студентам следует руководствоваться:

- Методическими рекомендациями по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные приказом Финуниверситета от 11.05.2021 № 1040 (см. сайт Финансового Университета: раздел "Университет", далее "Единая правовая база");
- методическими рекомендациями Кафедры отраслевых рынков, в том числе содержащимися в РПД (п. 6.2).

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

- Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Kaspersky
2. Windows
3. Пакет офисных программ

- Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Российский статистический ежегодник / Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/12994>
4. Регионы России. Социально-экономические / Росстат. URL: [показателиhttps://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204](https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204)
5. Информационно-справочная система «СПАРК»
6. Официальный сайт РосБизнесКонсалтинг: <http://www.rbk.ru>.

- Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

1. не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и

техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

2. **Помещение для самостоятельной работы** обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.

3. **Компьютерный класс** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)