

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)**

Факультет информационных технологий и анализа больших данных

Обсуждено и одобрено
на Ученом совете институтов и школ
дополнительного профессионального
образования
Протокол № _____
« ____ » _____ 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по дополнительному
профессиональному образованию
_____ Е.А. Диденко
« ____ » _____ 2024г.

ПРОГРАММА

профессиональной переподготовки

«МВА-Intensive для лидеров бизнеса»

Москва – 2024

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ «МВА-Intensive для лидеров бизнеса»

Общая характеристика программы

Цель программы – выработка у слушателя способности применять на практике компетенции в области выявления бизнес-проблем, обоснования управленческих решений и обеспечения проведения изменений в организации.

Наименование профессиональных стандартов, квалификационных справочников, используемых при разработке ДПП:

1. Профессиональный стандарт «Бизнес-аналитик» (приказ Минтруда России от 25.09.2018 № 592н). <https://base.garant.ru/72075698/>
2. Профессиональный стандарт: 08.002 «Бухгалтер» (приказ Минтруда России от 21.02.2019 № 103н) <https://base.garant.ru/72205520/>
3. Профессиональный стандарт "Специалист по управлению персоналом" (приказ Минтруда России от 09.03.2022 № 109н) <https://base.garant.ru/404445906/>
4. Профессиональный стандарт "Маркетолог" (приказ Минтруда России от 04.06.2018 № 366н) <https://base.garant.ru/71972810/>
5. Профессиональный стандарт "Экономист предприятия" (приказ Минтруда России от 30.03.2021 № 161н) <https://base.garant.ru/400715863/>

Характеристика нового вида профессиональной деятельности и/или трудовых функций:

Вид профессиональной деятельности: специалистов в области «Менеджмента».

Характеристика профессиональных компетенций, подлежащих совершенствованию, и/или перечень новых компетенций, формирующихся в процессе освоения программы

Слушатель, успешно прошедший обучение по программе повышения квалификации «МВА-Intensive для лидеров бизнеса», должен обладать следующими **профессиональными компетенциями**:

Профессиональный стандарт «Бизнес-аналитик»:

- способность выявить заинтересованные стороны в деятельности организации (ТФ А/01.5);
- способность эффективно взаимодействовать с заинтересованными сторонами организации в процессе выполнения управленческих функций (ТФ А/02.5);
- способность сформировать варианты возможных решений в управленческих ситуациях на основе выбранных целевых показателей (ТФ D/01.6);

- способность проанализировать альтернативные варианты управленческих решений, обосновать и выбрать рациональный вариант решения (ТФ D/02.6);

- способность определить стратегические направления развития организации (ТФ F/01.7);

- способность разработать стратегию управления изменениями в организации (ТФ F/02.7).

Профессиональный стандарт «**Бухгалтер**»:

- способность проанализировать эффективность и риски деятельности организации на базе ее бухгалтерской (финансовой) отчетности (ТФ В/04.6);

- способность управлять денежными потоками (ТФ В/04.6).

Профессиональный стандарт «**Специалист по управлению персоналом**»:

- способность собирать, обрабатывать, анализировать информацию о потребности организации в персонале (ТФ В/01.6);

- способность осуществлять поиск, привлечение, подбор и отбор персонала (ТФ В/02.6);

- способность осуществлять организацию и проведение оценки персонала (ТФ С/01.6);

- способность осуществлять организацию и проведение аттестации персонала (ТФ С/02.6);

- способность осуществлять организацию и проведение мероприятий по развитию и построению профессиональной карьеры персонала (D/01.6);

- способность осуществлять организацию обучения персонала (D/02.6);

- способность осуществлять организацию адаптации и стажировки персонала (D/03.6).

Профессиональный стандарт «**Маркетолог**»:

- способность планирования и проведения маркетингового исследования (A/01.6);

- способность определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования (A/02.6);

- способность поиска первичной и вторичной маркетинговой информации (A/02.6);

- способность проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов) (B/01.7);

- способность разработать, внедрить и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации (B/04.7).

Профессиональный стандарт «**Экономист предприятия**»:

- способность собирать и обрабатывать исходные данные для составления проектов коммерческой деятельности (бизнес-планов) и проведения расчетов экономических показателей организации (A/01.6);

- способность рассчитать и проанализировать экономические показатели результатов деятельности в рамках проектов коммерческой деятельности (бизнес-планов) организации (A/02.6);

- составлять проекты коммерческой деятельности (бизнес-планов) организации и экономические обоснования для стратегических и оперативных планов развития организации (В/01.7);

Планируемые результаты обучения по программе

По итогам освоения программы слушатели должны:

Знать:

- законодательство Российской Федерации о бухгалтерском учете, налогах и сборах;
- нормативные правовые акты, определяющие нормы трудового права;
- технологии, методы и методики проведения анализа и систематизации документов и информации;
- порядок определения перспективной и текущей потребности в персонале;
- источники обеспечения организации персоналом;
- общие тенденции на рынке труда в целом и в отдельной отрасли, конкретной профессии (должности, специальности);
- системы, методы и формы материального и нематериального стимулирования труда персонала;
- применение основ менеджмента;
- нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность;
- понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов);
- инструменты бренд-менеджмента;
- методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития;
- процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов);
- принципы системного анализа;
- методы проведения маркетингового исследования;
- правила, нормы и основные принципы этики делового общения;
- методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства.
- теорию заинтересованных сторон;
- теорию межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии;
- теорию конфликтов;
- теорию управления рисками;
- предметную область и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для решения управленческих задач.

Уметь:

- Обеспечивать соблюдение требований законодательства Российской Федерации и корпоративных политик в области обработки персональных данных и конфиденциальной информации;
- Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- Использовать техники выявления заинтересованных сторон;
- Планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами;
- Использовать техники эффективных коммуникаций;
- Выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации;
- осуществлять, с согласия и/или под руководством законных представителей, с проявлением самостоятельности и ответственности, бизнес-моделирование, планирование типовых бизнес проектов;
- работать в информационных системах, использовать цифровые услуги и сервисы по сбору, анализу и структурированию потребности организации в кадрах;
- обеспечивать соблюдение требований законодательства Российской Федерации и корпоративных политик в области обработки персональных данных и конфиденциальной информации;
- вести деловую переписку;
- соблюдать нормы этики делового общения;
- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;
- подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;
- определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации;
- проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов);
- создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок;
- проводить оценку стоимости брендов организации;
- улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами;
- Анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации;
- Анализировать степень участия заинтересованных сторон.

Владеть:

- Инструментами и навыками анализа контекста, организационной структуры, бизнес-процессов с целью выявления заинтересованных сторон;
- Инструментами сбора и регистрации информации о заинтересованных сторонах;
- Навыками организации хранения информации о заинтересованных сторонах и поддержания ее в актуальном состоянии;
- Инструментами анализа и классификации заинтересованных сторон
- Навыками формирования перечней вакантных и планируемых к укомплектованию должностей (профессий, специальностей) организации;
- Навыками анализа рынка труда и персонала организации по профилю вакантной должности (профессии, специальности);
- Навыками выявления проблем и формулирования целей исследования;
- Навыками планирования проведения маркетингового исследования;
- Навыками подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;
- Навыками поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
- Навыками анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг;
- Инструментами анализа финансовой (бухгалтерской) отчетности;
- Навыками проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов);
- Навыками разработки, с согласия и/или под руководством законных представителей, с проявлением самостоятельности и ответственности, бизнес-идеи типовых бизнес-проектов сообразно их отраслевой специфике, разрабатывать бизнес-модели, бизнес-планы.

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Факультет информационных технологий и анализа больших данных

Обсуждено и одобрено
на Ученом совете институтов и школ
дополнительного профессионального
образования
Протокол № _____
« ____ » _____ 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по дополнительному
профессиональному образованию
_____ Е.А. Диденко
« ____ » _____ 2024г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессиональной переподготовки
«МВА-Intensive для лидеров бизнеса»

Требования к уровню образования слушателей	Высшее образование
Категория слушателей	Руководители и специалисты компаний сферы информационных технологий, ИТ функции в компаниях различных отраслей, другие руководители и специалисты
Срок обучения	250 академических часов, 3 месяца
Форма обучения	Очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения
Режим занятий	Не более 24 академических часов в неделю

№ № п/п	Название модуля	Всего часов трудоемкос ти		В том числе				Форма контроля
				Аудиторные занятия*			Самостоятельная работа	
		В зачетных единицах	В часах	Всего часов	из них			
					Лекции	Практические занятия		
1	Модуль 1. Стратегия IT-компаний	1,5	54	18	10	8	34	Зачет
2	Модуль 2. Финансы IT-компаний	1,5	54	18	9	9	34	Зачет
3	Модуль 3. Управление персоналом и коммуникации в IT-компаниях.	2	66	27	15	12	37	Зачет
4	Модуль 4. Маркетинг и продажи цифровых продуктов	1	36	18	9	9	16	Зачет
5	Модуль 5. Бизнес-планирование	1	36	25	13	12	9	Зачет
	ВСЕГО	7	246	106	56	50	130	
	Итоговая аттестация		4	-	-	-	-	Междисциплинар ный экзамен
	Общая трудоемкость программы		250	106	56	50	130	

Разработчик программы:

Программа разработана деканом факультета информационных технологий и анализа больших данных Финансового университета В.Г. Феклиным.

Занятия по программе профессиональной переподготовки «МВА-Intensive для лидеров бизнеса» проводят преподаватели Финансового университета, приглашенные специалисты в профильной сфере.

Директор международной школы
бизнеса (Институт)

А.А. Канке

* С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Учебно-тематический план
программы профессиональной переподготовки
«MBA-Intensive для лидеров бизнеса»

№ № п/п	Название модуля	Всего часов трудоемкости		В том числе				Форма контроля
				Аудиторные занятия		Самостоятельная работа		
		В зачетных единицах.	В часах				Всего часов	
				Лекции	Практические занятия			
1	Модуль 1. Стратегия IT-компаний							
	Тема 1.1. Бизнес модели компании		24	8	4	4	16	
	Тема 1.2. Инновации в стратегии		28	10	6	4	18	
	Промежуточная аттестация		2				2	зачет
	Общая трудоемкость модуля 1	1,5	54	18	10	8	34	
2	Модуль 2. Финансы IT-компаний							
	Тема 2.1. Анализ финансовой отчетности		26	8	4	4	18	
	Тема 2.2. Оценка эффективности инвестиций		14	6	2	4	8	
	Тема 2.3. IT-компания на рынке ценных бумаг		12	4	2	2	8	
	Промежуточная аттестация		2				2	зачет
	Общая трудоемкость модуля 2	1,5	54	18	8	10	34	
3	Модуль 3. Управление персоналом и коммуникации в IT-компаниях							
	Тема 3.1. Подбор и адаптация персонала		16	8	4	4	8	

	Тема 3.2. Оценка и развитие персонала		20	10	6	4	10	
	Тема 3.3. Коммуникации и работа в команде		16	8	4	4	8	
	Тема 3.4. Продвижение личного бренда и самопрезентация		18	10	6	4	8	
	Промежуточная аттестация		2				2	зачет
	Общая трудоемкость модуля 3	2	72	36	20	16	36	
4	Модуль 4. Маркетинг и продажи цифровых продуктов							
	Тема 4.1. Исследование целевой аудитории		10	6	2	4	4	
	Тема 4.2. Digital-кампания по привлечению аудитории		8	4	2	2	4	
	Тема 4.3. Продажи цифровых продуктов		16	8	4	4	8	
	Промежуточная аттестация		2				2	зачет
	Общая трудоемкость модуля 4	1	36	18	8	10	18	
5	Модуль 5. Бизнес-планирование							
	Тема 5.1. Содержание разделов бизнес-плана		8	4	2	2	4	
	Тема 5.2. Финансовая модель бизнес-плана		8	4	2	2	4	
	Тема 5.3. Тренды и практика применения инструментов бизнеса в IT-среде		18	16	8	8	2	
	Промежуточная аттестация		2				2	зачет
	Общая трудоемкость модуля 5	1	36	24	12	12	12	
	ВСЕГО	7	252	114	58	56	134	
6	Итоговая аттестация		4	-	-	-	4	междисциплинарный экзамен
	Общая трудоемкость программы		256	114	58	56	134	

Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
 Факультет информационных технологий и анализа больших данных

**Календарный учебный график программы профессиональной переподготовки
 «MBA-Intensive для лидеров бизнеса»**

Объем программы – 250 часов

Продолжительность обучения – 3 месяца

Форма обучения – очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий

№ п/п	Наименование дисциплин (модулей), тем	1 нед.	2 нед.	3 нед.	4 нед.	5 нед.	6 нед.	7 нед.	8 нед.	9 нед.	10 нед.	11 нед.	12 нед.	КР	СР	ПА	ИА	Все- го
1	Модуль 1. Стратегия IT-компании	8	10											18	34	2		54
2	Модуль 2. Финансы IT-компании			8	10									18	34	2		54
3	Модуль 3. Управление персоналом и коммуникации в IT-компании					8	10	8						26	38	2		72
4	Модуль 4. Маркетинг и продажи цифровых продуктов								10	8				18	16	2		36
5	Модуль 5. Бизнес-планирование										10	16		25	9	2		36
	Итоговая аттестация												4				4	4
	Итого	8	10	8	10	8	10	8	10	8	10	16	4	114	134	10	4	256

Директор международной школы
 бизнеса (Институт)

А.А. Канке

« ____ » _____ 2024 г.

Условные обозначения: КР – контактная работа; СР – самостоятельная работа; ПА – промежуточная аттестация; С – стажировка; ИА – итоговая аттестация.

Программа профессиональной переподготовки «МВА-Intensive для лидеров бизнеса» состоит из 5 учебных модулей:

- Модуль 1. Стратегия IT-компаний
- Модуль 2. Финансы IT-компаний
- Модуль 3. Управление персоналом и коммуникации в IT-компаниях
- Модуль 4. Маркетинг и продажи цифровых продуктов
- Модуль 5. Бизнес-планирование

Рабочая программа Модуля 1 «Стратегия IT-компаний»

Цель освоения модуля – обновление знаний о корпоративной стратегии IT-компаний, совершенствование умений и навыков стратегического планирования и оценки эффективности мероприятий в области разработки и реализации корпоративной стратегии.

Компетенции, совершенствуемые и приобретаемые слушателями в процессе освоения модуля :

- Способность выявить заинтересованные стороны в деятельности организации;
- Способность эффективно взаимодействовать с заинтересованными сторонами организации в процессе выполнения управленческих функций;
- Способность сформировать варианты возможных решений в управленческих ситуациях на основе выбранных целевых показателей;
- Способность проанализировать альтернативные варианты управленческих решений, обосновать и выбрать рациональный вариант решения;
- Способность определить стратегические направления развития организации;
- Способность разработать стратегию управления изменениями в организации.

Планируемые результаты обучения

По итогам освоения программы слушатели должны:

Знать:

- типы инноваций и инновацию потребительской ценности;
- понятие стратегической карты;
- отличия продуктовых и платформенных бизнес-моделей, принципы проведения SWOT-анализа, содержание шаблона бизнес-модели;
- предметную область и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для решения управленческих задач.

Уметь:

- осуществлять поиск стратегических возможностей для IT-компаний;

- формировать стратегическую карту;
- анализировать глобальные тренды, применять шаблон бизнес-модели;
- собирать, классифицировать, систематизировать и обеспечивать хранение и актуализацию информации;
- анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации;
- анализировать качество информации с точки зрения выбранных критериев;
- проводить анализ предметной области;
- выполнять функциональную декомпозицию работ.

Владеть:

- навыками стратегического анализа, способность применять инструменты обследования внешней и внутренней среды организации для постановки целей развития и формирования проектов, обеспечивающих достижение стратегических целей;
- навыками анализа контекста, организационной структуры, бизнес-процессов;
- инструментами сбора и регистрации информации;
- инструментами анализа и классификации стратегических инициатив.

Учебно-тематический план модуля

№ № п/п	Название модуля	Всего часов трудоемкос ти		В том числе			Форма контроля	
				Аудиторные занятия [‡]		Самостоятельная работа [§]		
		В зачетных единицах.	В часах	Всего часов	из них			
					Лекции			Практические занятия
1	Модуль 1. Стратегия IT-компаний							
	Тема 1.1. Бизнес модели компании		24	8	4	4	16	
	Тема 1.2. Инновации в стратегии		28	10	6	4	18	
	Промежуточная аттестация		2				зачет	
	Общая трудоемкость модуля 1	1,5	54	18	10	8	34	

Содержание модуля

Тема 1.1. Бизнес модели компании. Стратегическое планирование и

[‡] С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

[§] В виде онлайн-курса

стратегическое управление. Функции и принципы стратегического планирования. Бизнес-модель. Виды бизнес-моделей. Разработка концепции бизнес-модели. Подготовка бизнес-модели. Структура бизнес-модели по Александру Остервальдеру. Детализация бизнес-модели. Продуктовые и платформенные бизнес-модели. Шаблон бизнес-модели. Модель ADAPT: анализ глобальных трендов. SWOT-анализ. Внешняя среда организации: факторы прямого (потребители, поставщики, конкуренты, рынок рабочей силы, государственные органы и законы) и косвенного воздействия (состояние экономики, научно-технический прогресс, социально-культурные и политические изменения, международные события). Влияние факторов внешней среды на организацию. Факторы внутренней среды (технология, персонал, ресурсы, научно – исследовательские и опытно-конструкторские работы, финансы, маркетинг, стратегические единицы бизнеса). Параметры оценки факторов внутренней среды.

Тема 1.2. Инновации в стратегии. 10 типов инноваций: поиск возможностей для IT-компаний. Современные подходы к методологии разработки проектов и программ реорганизации бизнес-процессов и стратегии развития инновационных организаций. «Подрывная» инновационная стратегия. Стратегия «Голубого океана». Стратегия «сорняка». Стратегическая канва: инновация потребительской ценности. Стратегическая карта. Стратегический анализ его значение, задачи и функции. Источники информации для проведения стратегического анализа. Состав и содержание работ по проведению стратегического анализа. Контроль и оценка реализации стратегического плана. Взаимосвязь планирования и контроля в стратегическом менеджменте.

Содержание семинаров, практических занятий

№ темы	Наименование (содержание) темы, по которой предусмотрено занятие семинарского типа	Формы и методы проведения
1	Тема 1.1. Бизнес модели компании	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
2	Тема 1.2. Инновации в стратегии	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом

Содержание самостоятельной работы слушателей

Основная цель самостоятельной работы слушателей – закрепление знаний, полученных в ходе лекционных и практических занятий.

Индивидуальная консультационная работа преподавателей со слушателями осуществляется весь период обучения.

№ п/п	Наименование (содержание) темы	Формы и методы проведения
1	Тема 1.1. Бизнес модели компании	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
2	Тема 1.2. Инновации в стратегии	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий

Список литературы:

Основная литература:

1. Басовский, Л. Е. Современный стратегический анализ : учебник / Л.Е. Басовский. — Москва: ИНФРА-М, 2021.
2. Егоршин, А. П. Стратегический менеджмент : учебник / А. П. Егоршин, И. В. Гуськова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2023.
3. Стратегический менеджмент : учебник / под ред. д-ра экон. наук, профессора Н.А. Казаковой. — Москва: ИНФРА-М, 2023.
4. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник / А. Н. Фомичев. 4-е изд. - Москва: Дашков и К, 2023.

Дополнительная литература:

1. Лалу Ф. Открывая организации будущего. — Москва, МИФ, 2020.
2. Питерс Т. В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки. — Москва, Альпина, 2021
3. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов М.: Альпина, 2005
4. Каплан Р., Нортон Д. «Сбалансированная система показателей». М.: Олимп-Бизнес, 2003;
5. Остервальдер А., Пенье И. «Построение бизнес-моделей». М.: Альпина Паблишер, МШУ Сколково 2013;

Интернет-ресурсы, информационно-справочные и поисковые системы

1. <http://elibrary.ru> - электронная научная библиотека
2. <http://www.informika.ru/projects/infotech/window/> Федеральный портал «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
3. <http://www.edu.ru/> - Федеральный образовательный портал
4. <http://eor-np.ru/> - Электронные образовательные интернет ресурсы нового поколения
5. <http://www.rvb.ru/> - Русская виртуальная библиотека

Рабочая программа Модуля 2

«Финансы IT-компаний»

Цель модуля – на современном научно-практическом материале с использованием активных методов обучения сформировать у слушателей необходимые знания и практические навыки по методологии, организации и анализу финансовой деятельности IT-компаний для повышения ее эффективности.

Задачи модуля:

- ознакомление с основными формами финансовой отчетности;
- формирование знаний об основных финансовых показателях деятельности организации;
- формирование навыков анализа финансово-хозяйственной деятельности с целью принятия управленческих решений
- формирование навыков планирования и оценки эффективности инвестиционных проектов;
- понимание процесса функционирования рынка ценных бумаг и процесса первичного публичного размещения акций на бирже (IPO).

Компетенции, совершенствуемые и приобретаемые слушателями в процессе освоения модуля:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способность проанализировать эффективность и риски деятельности организации на базе ее бухгалтерской (финансовой) отчетности
- способность владения методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
- способность управлять денежными потоками.

Планируемые результаты обучения

По итогам освоения программы слушатели должны:

Знать:

- важнейшие финансовые индикаторы эффективности деятельности организации;
- подходы к классификации затрат;
- основные формы отчетности (баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств) и их взаимосвязь;
- основные показатели анализа финансово хозяйственной деятельности организации;
- влияние внешней среды и внутренних бизнес-процессов на финансовые показатели бизнеса;
- способы выявления финансовых рисков и методы управления ими.
- методы оценки эффективности инвестиционных проектов;
- этапы и действия для успешного выхода IT-компаний на IPO.

Уметь:

- читать и анализировать бухгалтерскую (финансовую) отчетность;
- квалифицированно и грамотно оперировать экономическими терминами и понятиями при построении системы финансового учета и отчетности;
- рассчитать основные показатели анализа финансово-хозяйственной деятельности (оборачиваемость, рентабельность, ликвидность, платежеспособность, финансовая устойчивость);
- применять методы оценки инвестиционных проектов IT-компаний;
- составлять поэтапный план действий для успешного публичного размещения акций (IPO);

Владеть:

- навыком анализа основных форм финансовой отчетности;
- навыком расчета основных финансовых индикаторов эффективности финансовой деятельности;
- навыком принятия эффективных управленческих решений на основании финансовой отчетности.
- навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования;
- умениями анализа рыночных рисков для принятия решения о публичном размещении акций.

Учебно-тематический план модуля

№ № п/п	Название модуля	Всего часов трудоемкос ти		В том числе			Самостоятельная работа ^{† †}	Форма контроля
				Аудиторные занятия ^{**}				
		В зачетных единицах.	В часах	Всего часов	из них			
					Лекции	Практические занятия		
2	Модуль 2. Финансы IT-компаний		26	8	4	4	18	
	Тема 2.1. Анализ финансовой отчетности		14	6	2	4	8	
	Тема 2.2. Оценка эффективности инвестиций		12	4	2	2	8	
	Тема 2.3. IT-компания на рынке ценных бумаг		2				2	

** С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

†† В виде онлайн-курса

	Промежуточная аттестация	1,5	54	18	8	10	34	зачет
	Общая трудоемкость модуля 2		26	8	4	4	18	

Содержание модуля

Тема 2.1. Анализ финансовой отчетности. Современные финансовые цели IT-компании. Чтение и анализ финансовой отчетности IT-компании: баланс, отчет о прибыли, отчет о движении денежных средств. Выручка. Способы классификации затрат. Виды прибыли. Денежный поток, Понятие оборотных и внеоборотных активов, обязательств, собственного капитала. Применение на практике, взаимосвязь и аналитические возможности форм отчетности. Влияние качества информации форм отчетности на эффективность управленческих решений Основные показатели анализа финансово-хозяйственной деятельности, в т. ч. на основе форм отчетности. Оборачиваемость. Рентабельность. Ликвидность. Платежеспособность и финансовая устойчивость. Отраслевая специфика финансовых показателей IT-бизнеса.

Тема 2.2. Оценка эффективности инвестиций. Методика оценки финансово-экономической эффективности инвестиционных проектов. Формирование прогноза денежных потоков проекта. Выбор ставки дисконтирования. Расчет и оценка показателей финансово-экономической эффективности. Оценка рисков прогнозирования. Презентация результатов оценки и принятие решений по проектам. Специфика оценки эффективности инвестиционных IT проектов: локальные решения, облако, аутсорсинг.

Тема 2.3. IT-компания на рынке ценных бумаг. Воздействие внешнего окружения и внутренних бизнес-процессов на финансовые показатели бизнеса. Оценка целесообразности привлечения дополнительного внешнего финансирования. Этапы и действия для успешного выхода IT-компании на рынок ценных бумаг (IPO). Стратегический анализ организационно готовности. Анализ конъюнктуры рынка. Подбор внешних финансовых, аудиторских, юридических консультантов. Формирование команды проекта IPO. Проведение процедур должной проверки (дью дилиженс). Подготовка проспекта эмиссии. Маркетинг IPO. Распределение акций. Система связей с инвесторами после IPO. Оценка эффективности IPO.

Содержание семинаров, практических занятий

№ темы	Наименование (содержание) темы, по которой предусмотрено занятие семинарского типа	Формы и методы проведения
1	Тема 2.1. Анализ финансовой отчетности	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
2	Тема 2.2. Оценка эффективности инвестиций	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом

3	Тема 2.3. IT-компания на рынке ценных бумаг	Устный опрос, выполнение практических заданий, анализ конкретных ситуаций, обмен опытом
---	---	---

Содержание самостоятельной работы слушателей

Основная цель самостоятельной работы слушателей – закрепление знаний, полученных в ходе лекционных и практических занятий.

Индивидуальная консультационная работа преподавателей со слушателями осуществляется весь период обучения.

№ п/п	Наименование (содержание) темы	Формы и методы проведения
1	Тема 2.1. Анализ финансовой отчетности	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
2	Тема 2.2. Оценка эффективности инвестиций	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
3	Тема 2.3. IT-компания на рынке ценных бумаг	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий

Список литературы:

Основная литература:

1. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2023
2. Малкова Т. Б., Оценка инвестиционных проектов. Теория и практика: учебное пособие / Т. Б. Малкова, О. А. Доничев. — Москва: КноРус, 2023
3. Корпоративные финансы: учебник / Е. И. Шохин, Г. И. Хотинская, Т. В. Тазихина [и др.] ; под ред. М. Эскиндарова, М. А. Федотовой. — Москва : КноРус, 2022
4. Финансовый анализ : учебник и практикум для вузов / И. Ю. Евстафьева [и др.]. М.: Юрайт, 2022.
5. Рынок ценных бумаг: учебник для вузов / Н. И. Берзон [и др.] ; под общей редакцией Н. И. Берзона. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2021.

Дополнительная литература:

1. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. М: Олимп-Бизнес, 2015.
2. Герасименко А.Н. Финансовый менеджмент — это просто. Базовый курс для руководителей и начинающих специалистов.. М., Альпина-Пабlishер, 2021.
3. Щепин Е. ВкусВилл. Как совершить революцию в ритейле, делая всё не так. М., Альпина-Пабlishер, 2019.

4. Дамодаран А. - Инвестиционная оценка: инструменты и методы оценки любых активов - Альпина Паблишер – 2021.
5. Теплова, Т. В. Корпоративные финансы в 2 ч.: учебник и практикум для вузов / Т. В. Теплова. — Москва: Юрайт, 2022.

Интернет-ресурсы, информационно-справочные и поисковые системы

1. <http://www.aup.ru> - Административно-Управленческий Портал - бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга.
2. <http://ecsocman.edu.ru> - Экономика, Социология, Менеджмент - федеральный образовательный портал.
3. <http://www.cfin.ru> – Корпоративный менеджмент – сайт методической и аналитической информации по управлению компаниями, инвестициям, финансам и маркетингу

Рабочая программа Модуля 3 «Управление персоналом и коммуникации в IT-компании»

Цель освоения модуля – на современном научно-практическом материале с использованием активных методов обучения дать систематические знания в области общего понимания управления персоналом. Изучение модуля должно обеспечить слушателям знания о методах и инструментах подбора, оценки и развития персонала IT-компаний, совершенствование умений и навыков в сфере построения личного бренда и самопрезентации.

Компетенции, совершенствуемые и приобретаемые слушателями в процессе освоения модуля:

- Способность собирать, обрабатывать, анализировать информацию о потребности организации в персонале
- Способность осуществлять поиск, привлечение, подбор и отбор персонала
- Способность осуществлять организацию и проведение оценки персонала
- Способность осуществлять организацию и проведение аттестации персонала
- Способность осуществлять организацию и проведение мероприятий по развитию и построению профессиональной карьеры персонала
- Способность осуществлять организацию обучения персонала
- Способность осуществлять организацию адаптации и стажировки персонала

Планируемые результаты обучения

По итогам освоения программы слушатели должны:

Знать:

- традиционные и необычные способы поиска IT-специалистов, методы адаптации и мотивирующие факторы;
- методы оценки потенциала сотрудников, способы работы с базой знаний;
- факторы эффективности команды, ключевые элементы плана коммуникаций в команде;
- теорию межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии;
- теорию конфликтов;
- ключевые этапы при поиске, отборе и найме персонала;
- основные теории мотивации;
- факторы влияющие на эффективность работы команды;
- практический опыт российских предприятий в области управления персоналом;
- основные методы оценки эффективности работы персонала организации.
- предметную область и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для решения управленческих задач.

Уметь:

- использовать современные методы управления персоналом для достижения высокой эффективности работы организации;
- анализировать небольшие кадрово-управленческие ситуации;
- квалифицированно и грамотно оперировать HR-терминами и понятиями;
- составлять план интервью с кандидатами, адаптировать и мотивировать новых сотрудников;
- анализировать критические должности организационной структуры, применять способы развития IT-сотрудников на рабочем месте;
- планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами;
- использовать техники эффективных коммуникаций.

Владеть:

- навыками использования основных теорий мотивации для решения стратегических и оперативных управленческих задач;
- способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций;
- навыками построения команды;
- подходами к проведению собеседований с потенциальными сотрудниками.
- навыками организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды.

Учебно-тематический план модуля

№ п/п	Название модуля	Всего часов трудоемкости		В том числе				Форма контроля
				Аудиторные занятия***			Самостоятельная работа ^{† † †}	
		В зачетных единицах.	В часах	Всего часов	из них			
					Лекции	Практические занятия		
3	Модуль 3. Управление персоналом и коммуникации в IT-компаниях		16	8	4	4	8	
	Тема 3.1. Подбор и адаптация персонала		20	10	6	4	10	
	Тема 3.2. Оценка и развитие персонала		16	8	4	4	8	
	Тема 3.3. Коммуникации и работа в команде		18	10	6	4	8	
	Тема 3.4. Продвижение личного бренда и самопрезентация		2				2	
	Промежуточная аттестация	2	72	36	20	16	36	зачет
	Общая трудоемкость модуля 3		16	8	4	4	8	

Содержание модуля

Тема 3.1. Подбор и адаптация персонала. Человеческие ресурсы и человеческий капитал как объект управления в организации. Внутренние и внешние источники найма персонала. Методы и процедуры отбора кандидатов на должность. Методика подбора: каналы поиска специалистов, традиционные и необычные способы оценки. Адаптация персонала. Условия успешности адаптации. Управление процессом адаптации. План адаптации 1/7/30/90 дней. Карта мотивирующих факторов: особенности IT-компаний.

Тема 3.2. Оценка и развитие персонала Методика оценки потенциала сотрудников, анализ критических должностей и «здоровья» организационной структуры. Аттестация работников. Этапы аттестации. Способы развития сотрудников на рабочем месте, формальные и неформальные наставники, работа с базой знаний. Система и процесс управления обучением сотрудников. Современные методы обучения, переобучения, подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала. Цифровые технологии в обучении и развитии персонала.

Тема 3.3. Коммуникации и работа в команде. Коммуникация в переговорах. Вербальная коммуникация. Невербальная коммуникация. Влияние культуры на деловые коммуникации. Механизмы управления брендом работодателя. Как компания может стать более привлекательной для сотрудников. Внешние и внутренние факторы командной работы. Пути образования команды.

*** С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

††† В виде онлайн-курса

Эффективность командной работы. Уровни командной эффективности. Основные характеристики управленческой команды. Анализ факторов эффективности команды: общая цель, доверие, распределение ответственности, наличие ресурсов, постоянное обновление. Ключевые элементы плана коммуникаций в команде: встречи и рутины для создания информационного поля и тонуса, обмена знаниями, Вовлекающие форматы командных встреч и приемы фасилитации

Тема 3.4. Продвижение личного бренда и самопрезентация. Методы самопрезентации, выделяющие на фоне конкурирующих IT-менеджеров. Способы продвижения личного бренда в профессиональной IT-среде. Речевые заготовки, чтобы запланировать встречу с топ-менеджером, успешно представить бизнес-идею и план действий. Эффективные тактики ведения переговоров. Конкурентные переговоры. Переговоры для налаживания сотрудничества. Смешанные переговоры: к сотрудничеству через соперничество. Преодоление эмоциональных, культурных и технологических барьеров. Анализ переговорных позиций и интересов. Техники переговоров в кризисных ситуациях в бизнес-контексте.

Содержание семинаров, практических занятий

№ темы	Наименование (содержание) темы, по которой предусмотрено занятие семинарского типа	Формы и методы проведения
1	Тема 3.1. Подбор и адаптация персонала	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
2	Тема 3.2. Оценка и развитие персонала	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
3	Тема 3.3. Коммуникации и работа в команде	Устный опрос, выполнение практических заданий, анализ конкретных ситуаций, обмен опытом
4	Тема 3.4. Продвижение личного бренда и самопрезентация	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом

Содержание самостоятельной работы слушателей

Основная цель самостоятельной работы слушателей – закрепление знаний, полученных в ходе лекционных и практических занятий.

Индивидуальная консультационная работа преподавателей со слушателями осуществляется весь период обучения.

№ п/п	Наименование (содержание) темы	Формы и методы проведения
1	Тема 3.1. Подбор и адаптация персонала	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
2	Тема 3.2. Оценка и развитие персонала	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
3	Тема 3.3. Коммуникации и работа в команде	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
4	Тема 3.4. Продвижение личного бренда и самопрезентация	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий

Список литературы:

Законодательные нормативные и правовые акты

1. Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 25.12.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2024).

Основная литература:

1. Базаров, Т. Ю. Психология управления персоналом : учебник и практикум для вузов / Т. Ю. Базаров. – Москва: Юрайт, 2020.
2. Деловые коммуникации: учебник / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — Москва: Издательство Юрайт, 2019.
3. Корягина, Н. А. Самопрезентация и убеждающая коммуникация : учебник и практикум для вузов. — М.: Юрайт, 2020.
4. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами / Майкл Армстронг, Стивен Тейлор. – 14-е изд. – Питер: Прогресс книга, 2018.
5. Мансуров, Р. Е. Настольная книга директора по персоналу : практическое пособие. М. : Издательство Юрайт, 2019.

Дополнительная литература:

1. Кожевникова Т.Ю. HR как он есть. М., 2021
2. Ресслер К., Томпсон Дж. Офис в стиле фанк. Манифест удаленной работы. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2023.
3. Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда. Инструменты. Методики. Практика. М.: Альпина Паблишер, 2022

Интернет-ресурсы, информационно-справочные и поисковые системы

1. <http://www.aup.ru> - Административно-Управленческий Портал - бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга.
2. <http://ecsocman.edu.ru> - Экономика, Социология, Менеджмент - федеральный образовательный портал.
3. <http://www.cfin.ru> – Корпоративный менеджмент - сайт методической и аналитической информации, относящейся к управлению компаниями, инвестициям, финансам и маркетингу

Рабочая программа Модуля 4

«Маркетинг и продажи цифровых продуктов»

Цель освоения модуля – обновление знаний о маркетинге и продвижении цифровых продуктов IT-компаний, совершенствование умений и навыков в сфере продвижения и продажи цифровых продуктов в B2B секторе.

Компетенции, совершенствуемые и приобретаемые слушателями в процессе освоения модуля:

- Способность планирования и проведения маркетингового исследования;
- Способность определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
- Способность поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
- Способность проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов);
- Способность разработать, внедрить и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации

Планируемые результаты обучения

По итогам освоения программы слушатели должны:

Знать:

- теорию выявления и исследования целевой аудитории;
- особенности продаж цифровых продуктов;
- предметную область и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для решения управленческих задач.

Уметь:

- применять методы исследования целевой аудитории;
- управлять комплексом маркетинговых коммуникаций;
- использовать методы продаж цифровых продуктов;

- анализировать качество информации с точки зрения выбранных критериев;
- проводить анализ предметной области.

Владеть:

- навыками системного маркетингового анализа аудитории;
- навыками эффективного управления комплексом маркетинговых коммуникаций;
- навыком использования современных технических средств в процессах управления маркетинговыми коммуникациями и разработки коммуникационных продуктов;
- навыком оценки и прогнозирования возможных коммуникационных эффектов в профессиональной деятельности.

Учебно-тематический план модуля

№ № п/п	Название модуля	Всего часов трудоемкости		В том числе				Форма контроля
				Аудиторные занятия****			Самостоятельная работа† † †	
		В зачетных единицах.	В часах	Всего часов	из них			
					Лекции	Практические занятия		
4	Модуль 4. Маркетинг и продажи цифровых продуктов							
	Тема 4.1. Исследование целевой аудитории		10	6	2	4	4	
	Тема 4.2. Digital-кампания по привлечению аудитории		8	4	2	2	4	
	Тема 4.3. Продажи цифровых продуктов		16	8	4	4	8	
	Промежуточная аттестация		2				2	зачет
	Общая трудоемкость модуля 4	1	36	18	8	10	18	

Содержание модуля

Тема 4.1. Исследование целевой аудитории. Факторы макросреды маркетинга и их характеристика (демографические, экономические, природные, научно-технические, политико-правовые, социально-культурные). Микросреда маркетинга и ее составляющие: покупатели, конкуренты, поставщики, контактные аудитории. Содержание и направления маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований.

**** С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

††† В виде онлайн-курса

Методы сбора первичной и вторичной маркетинговой информации. Измерения в маркетинговых исследованиях. Бесплатные digital-инструменты для оценки популярности бренда и влияния популярности на конечные показатели, прогнозирование рекламных кабинетов. Инструменты исследования целевой аудитории.

Тема 4.2. Digital-кампания по привлечению аудитории. Критерии оценки сегмента, выбор сегментов. Выбор стратегии охвата рынка: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг. Понятие позиционирования. Методика планирования digital-кампании по привлечению аудитории: особенности планирования, ценообразование KPIs, экосистема инструментов. Исследовательские сервисы, помогающие определить маркетинговую активность конкурентов в digital.

Тема 4.3. Продажи цифровых продуктов. Комплекс маркетинговых коммуникаций (реклама, PR, ярмарки и выставки, личные продажи стимулирование сбыта). Принципы и методы рекламной деятельности. Основные задачи рекламы. Виды, цели и средства рекламы. Виды деятельности по формированию общественного мнения. Отношения со СМИ. Стимулирование конечных потребителей. Формы и методы стимулирования. Анализ уровней принятия решения о покупке, работа с персональной повесткой топ-менеджеров. Текст о продукте: как акцентировать внимание на потребностях заказчика и подчеркнуть ценность цифрового продукта. Речевые заготовки для встречи: как вместо «презентации» построить диалог.

Содержание семинаров, практических занятий

№ темы	Наименование (содержание) темы, по которой предусмотрено занятие семинарского типа	Формы и методы проведения
1	Тема 4.1. Исследование целевой аудитории	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
2	Тема 4.2. Digital-кампания по привлечению аудитории	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
3	Тема 4.3. Продажи цифровых продуктов	Устный опрос, выполнение практических заданий, анализ конкретных ситуаций, обмен опытом

Содержание самостоятельной работы слушателей

Основная цель самостоятельной работы слушателей – закрепление знаний, полученных в ходе лекционных и практических занятий.

Индивидуальная консультационная работа преподавателей со слушателями осуществляется весь период обучения.

№ п/п	Наименование (содержание) темы	Формы и методы проведения
1	Тема 4.1. Исследование целевой аудитории	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
2	Тема 4.2. Digital-кампания по привлечению аудитории	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
3	Тема 4.3. Продажи цифровых продуктов	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий

Список литературы:

Основная литература:

1. Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024.
2. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2024.
3. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2024.
4. Жан-Жак Ламбен, «Менеджмент ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг». Изд. - Питер, 2007. — 795 с.;
5. Армстронг Г., Котлер Ф., «Введение в маркетинг. Marketing: An Introduction». — 8-е изд. — М.: «Вильямс», 2007. — С. 832;
6. Эванс Дж. Р., Берман Б. «Маркетинг» — М.: Экономика, 1990. — 350 с.;
7. Григорьев М. Н. «Маркетинг: учебник для бакалавров» — 4-е изд., доп. — М.: Издательство Юрайт, 2012. — С. 464;

Дополнительная литература:

1. Конкурентоспособность предприятия (фирмы) : учебное пособие / А. К. Александров [и др.] ; под общ. ред. В. М. Круглика. — Минск: Новое знание; Москва : ИНФРА-М, 2020. — 285 с.
2. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга : учебное пособие / Ю. В. Морозов. 8-е изд. — Москва : Дашков и К, 2016. — 148 с.

3. Дробышева, Е. А. Основы маркетинга: теория и практика : учебно-методическое пособие / Е. А. Дробышева. — Пермь : ПНИПУ, 2012. — 137 с.

Интернет-ресурсы, информационно-справочные и поисковые системы

1. <http://www.aup.ru> - Административно-Управленческий Портал - бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга.
2. <http://ecsocman.edu.ru> - Экономика, Социология, Менеджмент - федеральный образовательный портал.
3. <http://www.cfin.ru> – Корпоративный менеджмент - независимый проект, направленный на сбор и предоставление методической и аналитической информации, относящейся к управлению компаниями, инвестициям, финансам и маркетингу
4. <http://www.marketing.spb.ru> – все о маркетинге - статьи, книги.

Рабочая программа Модуля 5 «Бизнес-планирование»

Цель освоения модуля – освоение теоретических знаний, практических навыков и формирование компетенций в области разработки бизнес планов либо реализации отдельных проектов в рамках развития существующего бизнеса, а также практических инструментов управления.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретических и методических основ разработки бизнес – планов;
- овладение понятийным аппаратом бизнес-планирования;
- овладение технологией разработки бизнес–планов и описания основных положений в разделах бизнес-планов;
- понимание различных техник принятия управленческих решений;
- умение спроектировать бизнес-процессы будущей организации.

Компетенции, совершенствуемые и приобретаемые слушателями в процессе освоения модуля:

- способность собирать и обрабатывать исходные данные для составления проектов коммерческой деятельности (бизнес-планов) и проведения расчетов экономических показателей организации
- способность рассчитать и проанализировать экономические показатели результатов деятельности в рамках проектов коммерческой деятельности (бизнес-планов) организации
- составлять проекты коммерческой деятельности (бизнес-планов) организации и экономические обоснования для стратегических и оперативных планов развития организации

Планируемые результаты обучения

По итогам освоения программы слушатели должны:

Знать:

- цели разработки бизнес – планов;
- стандарты и инструменты бизнес-планирования, содержание разделов бизнес-плана;
- правила международных коммуникаций для защиты бизнес-плана;
- предметную область и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для решения управленческих задач.

Уметь:

- оценивать воздействие внешней среды на функционирование организации и реализацию проектов, выявлять и анализировать риски для принятия решений об инвестировании и финансировании;
- моделировать бизнес-процессы, определять их основные параметры;
- составлять бизнес-план;
- анализировать показатели инвестиционной эффективности, проводить финансовую оценку рисков;
- анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации;
- анализировать качество информации с точки зрения выбранных критериев.

Владеть:

- инструментами проектирования, расчета основных показателей бизнес-плана;
- современными информационными технологиями и системным анализом в бизнес-планировании;
- методами оценки и мониторинга эффективности бизнес-планов.

Учебно-тематический план модуля

№ № п/п	Название модуля	Всего часов трудоемкос ти		В том числе			Форма контроля	
				Аудиторные занятия*****		Самостоятельная работа† † † † †		
		В зачетных единицах.	В часах	Всего часов	из них			
					Лекции			Практические занятия

***** С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

††††† В виде онлайн-курса

5	Модуль 5. Бизнес-планирование							
	Тема 5.1. Содержание разделов бизнес-плана		8	4	2	2	4	
	Тема 5.2. Финансовая модель бизнес-плана		8	4	2	2	4	
	Тема 5.3. Тренды и практика применения инструментов бизнеса в IT-среде		18	16	8	8	2	
	Промежуточная аттестация		2				2	зачет
	Общая трудоемкость модуля 5	1	36	24	12	12	12	

Содержание модуля

Тема 5.1. Содержание разделов бизнес-плана. Роль, место и значение бизнес-планирования в управлении организацией (предприятием). Виды бизнес – планов и их назначение. Обзор стандартов бизнес-планирования. Чек-лист элементов бизнес-плана. Процесс бизнес-планирования: сроки, участники. Инструменты бизнес-планирования. Содержание разделов бизнес-плана: резюме, описание компании, описание продукта/услуги, описание рынка и клиентов, конкуренты, маркетинг и сбыт, снабжение и производство, руководство и организация, возможности и риски, финансовый план, план внедрения, приложения. Ориентация бизнес-плана на достижение определенной выгоды в виде прибыли или другого приемлемого для организации результата.

Тема 5.2. Финансовая модель бизнес-плана. Анализ операционных коэффициентов. Расчет ставки дисконтирования. Анализ показателей инвестиционной эффективности. Идентификация рисков. Качественный и количественный анализ рисков. Реестр рисков. План управления рисками. Риск-менеджмент. Финансовая оценка рисков. Правила международных стандартов бизнес-коммуникации для защиты бизнес-плана

Содержание семинаров, практических занятий

№ темы	Наименование (содержание) темы, по которой предусмотрено занятие семинарского типа	Формы и методы проведения
1	Тема 5.1. Содержание разделов бизнес-плана	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
2	Тема 5.2. Финансовая модель бизнес-плана	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом

Содержание самостоятельной работы слушателей

Основная цель самостоятельной работы слушателей – закрепление знаний, полученных в ходе лекционных и практических занятий.

Индивидуальная консультационная работа преподавателей со слушателями осуществляется весь период обучения.

№ п/п	Наименование (содержание) темы	Формы и методы проведения
1	Тема 5.1. Содержание разделов бизнес-плана	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
2	Тема 5.2. Финансовая модель бизнес-плана	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий

Список литературы:

Законодательные нормативные и правовые акты

1. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (вторая редакция, утв. Минэкономки РФ, Минфином РФ и Госстроем РФ, от 21 июня 1999 г. №ВК477)

Основная литература:

1. Бизнес-планирование предприятий и организаций : учебник / Е. Н. Дуненкова, П. М. Гуреев, В. В. Дегтярева [и др.] — М.: КноРус, 2022.
2. Бизнес-планирование: учебник / А. Ю. Анисимов, О. А. Пятаева. — М.: КноРус, 2022.
3. Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — 4-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2023.
4. Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. — М.: Юрайт, 2023.

Дополнительная литература:

1. Business Planning Guide: Practical Application for SMEs. – IFAC (International Federation of Accountants), USA, 2006
2. Руководство Ernst & Young по составлению бизнес-планов. // Форд Б., Борнстайн Д., Пруэтт П. - М., Альпина Бизнес Букс, 2012
3. Руководство по подготовке технико-экономических обоснований (методика ЮНИДО). – М., 1991
4. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. Остервальдер А., Пинье И., 2018
5. Бизнес-планирование. Стрекалова Н.Д., 2013
6. Бизнес-план на 100%. Стратегия и тактика эффективного бизнеса. Абрамс Р., 2018
7. Успешный бизнес-план. От стратегических целей к плану действий на один год. Пейли Н., 2007

Интернет-ресурсы, информационно-справочные и поисковые системы

1. www.businessplans.org/businessplans.html Примеры бизнес-планов
2. www.bplans.com/business_calculators/ Пример финансовой модели бизнес плана

Организационно-педагогические условия реализации программы повышения квалификации

1. Материально-технические условия, необходимые для осуществления образовательного процесса

Наименование специализированных учебных помещений	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Учебный интерактивный класс	Лекции Практические занятия	Мультимедийное оборудование, компьютеры. Компьютер, подключенный к сети Интернет, интернет-браузер. Прикладные программы для просмотра текстовых и видеоматериалов.

Материально-технические условия соответствуют действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

***Примечание.** В случае проведения учебных занятий с применением электронного обучения (ЭО) и дистанционных образовательных технологий (ДОТ) у слушателя должен быть персональный компьютер, оснащенный аудиоколонками, с доступом в сеть интернет и установленным видеоплеером, способным воспроизводить видеофайлы.*

2. Перечень информационных технологий и учебно-методическим условий, используемых при осуществлении образовательного процесса

При проведении занятий с применением ЭО и ДОТ проведение вебинаров для слушателей осуществляется в удаленном доступе. Преподавателями используются компьютерные презентации, работу в чате, индивидуальное консультирование слушателей.

Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды

Электронные информационные ресурсы	Вид Занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Система дистанционного обучения, система видеоконференцсвязи	Итоговая аттестация	Компьютер, подключенный к сети Интернет; интернет-браузер; Прикладные программы для просмотра текстовых и видеоматериалов

3. Организация образовательного процесса

В образовательном процессе используются разнообразные формы работы со слушателями:

- лекция (видеолекция) с мультимедийным сопровождением по наиболее сложным вопросам программы;
- лекция-вебинар с использованием современных технических средств обучения;
- практические занятия и самостоятельная работа с использованием современных технических средств обучения;
- кейс-стади (в том числе видео-кейсы)– изучение конкретных ситуаций из практики (case study), для выполнения данного вида заданий обучающимся должна быть представлена в письменной форме информация относительно реальной ситуации (профессиональной или жизненной) и поставлены конкретные задачи её изучения проблемы, обучающиеся анализируют различные аспекты проблемы и предлагают выработанные решения;
- тестирование метод оценки знаний, умений, навыков обучающихся и др.

Обучение проводится, в том числе с использованием ЭО и ДОТ, реализуемых посредством информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном взаимодействии слушателей и педагогических работников.

В процессе обучения слушатели обеспечиваются необходимыми для эффективного прохождения обучения учебно-методическими материалами и информационными ресурсами в объеме изучаемого курса, которые могут быть объединены в учебно-методический комплекс. Материалы учебно-методического комплекса доводятся до всех слушателей курса.

Итоговая аттестация проводится на образовательном портале Финансового университета посредством информационно-телекоммуникационных сетей.

4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Учебный процесс со слушателями обеспечивают квалифицированные сотрудники Финансового университета, а также приглашенные специалисты и действующие практики других организаций.

Описание системы оценки качества освоения программы

В систему оценки качества освоения программы «МВА-Intensive для лидеров бизнеса» входят:

- текущий контроль по каждой теме, где предусмотрены практические занятия;
- промежуточная аттестация по каждому модулю;
- итоговая аттестация.

1. Текущий контроль успеваемости реализуется в ходе проведения практических занятий в форме устного опроса, обмена опытом работы,

выступлений слушателей по узловым вопросам программы, путем выполнения практических заданий, разбора конкретных ситуаций, тестирования.

2. Форма промежуточных аттестаций по каждому модулю – зачет в форме тестирования.

Пример тестового вопроса для промежуточной аттестации:

1. Этап подготовки к публичному размещению акций (IPO) включает:
 - a. Распределение акций и начало торгов
 - b. Проведение роуд-шоу
 - c. Подготовку финансовой отчетности по стандартам МСФО
 - d. Составление проспекта эмиссии

Порядок проведения: тестирование проводится с личного компьютера, 15 тестовых вопросов по каждому модулю, 30 мин, количество попыток – 2 по каждому модулю.

Для получения зачета по модулю необходимо правильно ответить не менее чем на 10 тестовых вопросов в любой попытке.

3. Форма итоговой аттестации – экзамен в форме тестирования.

Перечень контрольных вопросов для подготовки к экзамену

1. SWOT-анализ: какие сильные и слабые стороны проекта?
2. SWOT-анализ: каковы возможности и угрозы для нового проекта?
3. Бизнес-модель: в чем состоит ценностное предложение потребителям в новом проекте?
4. Бизнес-модель: какие изменения в бизнес-модели связаны с новым проектом?
5. В чем заключаются инновации бизнес-модели в новом проекте?
6. Какие бывают (виды) бизнес-моделей?
7. Из каких структурных компонентов состоит бизнес-модели по Остервальдеру?
8. Как происходит детализация бизнес-модели?
9. Каковы преимущества бизнес-идеи «ЕСНЮР» для инвесторов?
10. Какие источники финансирования основатели могут использовать на начальном этапе развития компании?
11. Каким должно быть инвестиционное позиционирование «ЕСНЮР» при выходе на IPO?
12. Какие каналы поиска специалистов предпочтительно использовать для реализации проекта «ЕСНЮР»?
13. Какие методы оценки потенциала и развития ключевых сотрудников «ЕСНЮР» следует использовать?
14. Укажите состав членов команды ключевых менеджеров и их компетенции для успешной реализации проекта «ЕСНЮР».
15. Какие функции выполняет бизнес-план?

16. Какие стандарты составления бизнес-плана применяются?
17. Какие разделы бизнес-плана являются обязательными для «ЕСНЮР»?
18. Оцените качество содержания в разделе бизнес-плана «Конкуренция»?
19. Оцените качество содержания в разделе бизнес-плана «Маркетинг»?
20. Оцените качество содержания в разделе бизнес-плана «Персонал»?
21. Оцените качество содержания в разделе бизнес-плана «Финансы»?
22. Оцените качество содержания в разделе бизнес-плана «Риски»?
23. Какие статьи затрат учитываются при составлении финансового плана?
24. Какая информация содержится в резюме бизнес-плана?
25. Что включает в себя стандартное описание бизнеса компании?
26. Как описывается положение дел в отрасли?
27. Из чего состоит описание вида деятельности компании?
28. Как составить описание компании?
29. Что должно быть в описании продукта (услуг) компании?
30. Что включает в себя ценовая политика компании?
31. Какие инструменты анализа используются для описания рынка?
32. Какие аспекты бизнес-плана корректно отображены в презентации, что следует изменить или добавить?
33. Определите роли составителей и инструменты для составления каждого раздела бизнес-плана «ЕСНЮР»
34. Какие показатели финансово-экономической эффективности применены в бизнес-плане?
35. Оцените инвестиционную привлекательность бизнес-плана «ЕСНЮР»?
36. Оцените полноту и квалификацию команды проекта «ЕСНЮР»?

Пояснительная часть к вопросам для итоговой аттестации:

Изучить пояснительную часть о новом проекте компании «ЕСНЮР»:

1. Бизнес-идея компании «ЕСНЮР» - письмо основателя К. Волкогонова.
2. Выдержки из презентации бизнес-плана компании «ЕСНЮР».
3. Новый проект «Виртуальный юридический консультант».

Слушателям, которые успешно прошли итоговую аттестацию, выдается диплом о профессиональной переподготовке Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Программа профессиональной подготовки «**MBA-Intensive для лидеров бизнеса**» обсуждена и одобрена на заседании Научно-методического совета Международной школы бизнеса (Института) Финуниверситета, протокол №__ от «__» ноября 2024 г.

Директор Международной школы бизнеса
(Института)

А.А. Канке

«__» _____ 2024 г.

