

Модуль 1. Составление бизнес-плана

Цели и задачи модуля — получение комплекса теоретических знаний о содержании бизнес планирования, методах и принципах составления бизнес-планов различных организаций, а также приобретение навыков разработки бизнес-планов.

В результате освоения программы обучающийся должен уметь: составлять бизнес-планы для различных видов деятельности организации (продукции, услуг), предусматривать трудности, которые могут помешать практическому выполнению бизнес-планов; решать вопросы организации внутрифирменного планирования и в хозяйственном механизме организации; организовывать работы и участие структурных подразделений в разработке комплекса плановых мероприятий направленных на достижение основных целей организации.

В результате освоения программы обучающийся должен знать: основные принципы и методы планирования в хозяйственной деятельности организации; принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования и основные бизнес-процессы в организации; основные цели, задачи, подходы к разработке бизнес-планов, их классификацию и подходы.

Тема 1. Планирование в деятельности организации и его методология

Тема 2. Понятие, особенности бизнес плана и его основные показатели

Тема 3. Цели и задачи разработки бизнес плана и его виды

Тема 4. Этапы бизнес-планирования: структура и содержание бизнес-плана

Модуль 2. Анализ рынка и конкурентной среды

Цели и задачи модуля — является изучение элементов современного рынка и его конкурентной среды, а также формы развития конкуренции в современной экономике и ее место в системе современных экономических дисциплин.

В результате освоения программы обучающийся должен уметь: использовать методики расчетов конкурентоспособности продукции и фирм в своей профессиональной и организационно-экономической деятельности, проводить базовый анализ конкурентной политики фирмы, ее конкурентного окружения, оценивать конкурентоспособность продукции; выявлять проблемы формирования конкурентных отношений при анализе конкретных ситуаций как на микро так и на макроуровнях, предлагать способы и методики их решения и оценивать ожидаемые результаты.

В результате освоения программы обучающийся должен знать: основное значение и методы оценки современного рынка и исходные данные, необходимые для расчетов деятельности фирмы по повышению её конкурентоспособности, а также знать экономические разделы планов современной фирмы в соответствии с существующими стандартами.

Тема 1. Современное состояние рынка и его оценка.

Тема 2. Конкуренция ее виды, значение и закономерности

Тема 3. Конкурентоспособность фирмы

и методы ее достижения. Конкурентные стратегии

Тема 4. Государственная политика по содействию развития товарных рынков и конкуренции

Модуль 3. Стратегический маркетинг

Цели и задачи модуля — является подготовка к самостоятельному принятию стратегических и тактических (оперативных) решений, затрагивающих различные аспекты перспективной маркетинговой деятельности предприятий в рыночных условиях хозяйствования; овладение принципами и методами маркетингового анализа предприятием в рамках понимания процесса управления маркетингом, приобретение студентами теоретических знаний в области разработки разнообразных маркетинговых стратегий для успешного получения профессиональных знаний, ознакомление с современными методами и подходами к управлению маркетингом, практическим опытом принятия стратегических решений на предприятиях различных отраслей и сфер деятельности.

В результате освоения программы обучающийся должен знать: способы определения доли и емкости рынка, факторный анализ динамики рыночных долей, способы проведения маркетингового анализа внешней среды; методы построения функциональных карт, способы проведения маркетинговых исследований, направленных на выявление потребности; методы стратегического сегментирования и позиционирования компании; анализ конкурентов по факторам 7P, влияние формирования комплекс маркетинга на удовлетворение потребности, принципы применения комплекса маркетинга к выбранному для ориентации сегменту.

В результате освоения программы обучающийся должен уметь: подготовить маркетинговое обоснование по внедрению технологий и продуктовых инноваций или отказу от выпуска уже невостребованных на рынке товаров и услуг; проводить анализ конкурентных преимуществ, знать технологии конкурентных разведок; выбирать стратегию ценообразования нацеленную на выработанный сегмент.

Тема 1. Место маркетинга в стратегическом управлении предприятием

Тема 2. Стратегическое управление маркетингом на корпоративном уровне

Тема 3. Принятие стратегических решений на функциональном уровне

Тема 4. Стратегический подход к управлению маркетингом на инструментальном уровне

Модуль 4. Финансовое планирование

Цели и задачи модуля — формирование у обучающихся теоретических основ и практических навыков в области финансового планирования; овладение навыками постановки, решения и оценки эффективности решения задач бюджетирования.

В результате освоения программы обучающийся должен уметь: организовать процесс бюджетного планирования и прогнозирования деятельности предприятий, отрасли, региона и экономики и составлять прогноз основных финансовых показателей.

В результате освоения программы обучающийся должен знать: сущность финансового планирования и бюджетирования, виды бюджетов, методы и технологии финансового планирования и бюджетирования.

Тема 1. Современное состояние финансового планирования

Тема 2. Бюджетирование как технология финансового планирования

Тема 3. Организация системы финансового планирования

Тема 4. Технология разработки финансового плана

Модуль 5. Проектирование организации

Цели и задачи модуля — получение теоретических и прикладных профессиональных знаний и умений в области формирования основополагающих представлений о законах, принципах и механизмах функционирования и проектирования организационных систем, выработке навыков по изучению деятельности современных организаций, основ создания организаций новой формации и управления ими в условиях рынка, а также приобретение навыков самостоятельного и творческого использования теоретических знаний в практической деятельности.

В результате освоения программы обучающийся должен уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; использовать принципы и методы проектирования структур при создании и функционировании организационных систем; анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия.

В результате освоения программы обучающийся должен знать: принципы развития и закономерности функционирования организации; основные бизнес-процессы в организации; типы организационных структур, их основные параметры, принципы и методы проектирования; критерии и показатели эффективности организационных структур.

Тема 1 Процесс формирования организационной структуры

Тема 2 Классификация организационных структур

Тема 3 Методы проектирования структур

Тема 4 Оценка эффективности организационных структур

Модуль 6. Планирование производства

Цели и задачи модуля — усвоение основополагающего объема сведений в области управления производственной деятельностью предприятия, в том числе, в сфере планирования производства; вооружить знанием методов и средств воздействия на экономику предприятия с целью экономии затрат труда работников при достижении наилучшего конечного результата, оптимизации производственных процессов и разработки производственной стратегии развития предприятия.

В результате освоения программы обучающийся должен уметь: Анализировать различную отчетность предприятия, выделять проблемы развития предприятия, видеть перспективы развития предприятия, находить экономические решения по устранению производственных проблем предприятия, рассчитывать показатели

деятельности предприятия, разрабатывать производственный план, определять пути сокращения затрат производства и повышения прибыльности предприятия.

В результате освоения программы обучающийся должен знать: Показатели деятельности предприятия и отчетность предприятия, особенности производственного процесса, методы экономического анализа информации, методы управления производственным процессом и правила принятия управленческих решений.

Тема 1. План производства и его составляющие: материально-техническое обеспечение производства и сбыт продукции

Тема 2. Техничко-технологическая подготовка производства

Тема 3. Производство продукции и повышение ее качества.

Тема 4. Оплата труда на предприятии, производительность труда и затраты на производство.

Модуль 7. Ценообразование

Цели и задачи модуля — показать закономерности формирования цен исходя из бухгалтерского учета и исходя из традиций затратного ценообразования, устоявшихся на отечественных предприятиях, а также познакомить студентов с принципами и методами рыночных подходов к ценовой политике, господствующих в западных фирмах.

В результате освоения программы обучающийся должен уметь: калькулировать себестоимость и формировать цену исходя из ее системных элементов; рассчитывать цены на каждом этапе движения товара от производителя до потребителя, анализировать структуру цены и принимать обоснованные решения на основе данных управленческого учета; управлять процессами ценообразования, принимать управленческие решения на основе количественных вычислений, показывать изменения, которые происходят в ценообразовании в зависимости от рыночных факторов и конъюнктуры рынка

В результате освоения программы обучающийся должен знать: систему учета и распределения затрат, принципы калькулирования и анализа различных видов себестоимости продукции, системообразующие элементы цены и принципы их формирования; разновидности ценовой политики предприятия, принципы ее выбора и формирования в зависимости от типа конкуренции, субъектов и объектов рынка; методы затратного и рыночного ценообразования, пути сглаживания затратного ценообразования и приспособления его к современным рыночным условиям.

Тема 1 . Сущность цены и ценообразования в рыночной экономике

Тема 2 Управление ценообразованием и принятие ценовых решений

Тема 3 Ценность товара как основа рыночного ценообразования. Психология ценообразования

Тема 4 Активная ценовая политика. Рыночные методы ценообразования