

Приложение 6.28

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Саратовской области
«Саратовский техникум отраслевых технологий»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
БИЗНЕС - ПЛАНИРОВАНИЕ**

Дисциплина	ОП.09 Бизнес-планирование
Специальность/профессия	38.02.08 Торговое дело
Квалификация выпускника	Специалист торгового дела
Нормативный срок обучения	2 года 10 месяцев
Форма обучения	очная

Саратов 2024 г.

Рабочая программа учебной дисциплины «Бизнес-планирование» разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 38.02.08 Торговое дело, утверждённого приказом Минпросвещения России от 19.07.2023 № 548 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 №74906).

Организация- разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Саратовской области «Саратовский техникум отраслевых технологий»

Составитель:

Горбачева Е.В., преподаватель ГАПОУ СО «Саратовского техникума отраслевых технологий»

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17
5.	КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	19

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес-планирование

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «ОП.09 Бизнес-планирование» является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ППССЗ

Учебная дисциплина «ОП.09 Бизнес-планирование» является обязательной частью профессионального цикла основной образовательной программы по специальности 38.02.08 Торговое дело, изучается в общепрофессиональном цикле ОПОП СПО.

1.3. Цели и результаты освоения общеобразовательной дисциплины

1.3.1 Цель общеобразовательной дисциплины

Главной целью предмета «ОП.09 Бизнес-планирование» выступает комплексное воздействие различных организационных форм, средств и методов, технологий на личность будущего специалиста с учётом особенностей профессиональной деятельности.

1.4. Планируемые результаты освоения общеобразовательной дисциплины в соответствии с ФГОС СПО и на основе ФГОС СОО

Особое значение дисциплина имеет при формировании общих (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций:

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03.

Код ОК	Дисциплинарные результаты	
	Умения	Знания
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу или проблему в профессиональном или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
	определять этапы решения задачи	алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
	выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы	методы работы в профессиональной и смежных сферах
	составлять план действия	структуру плана для решения задач
	определять необходимые ресурсы	порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
	владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах	
реализовывать составленный план		

	оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	определять задачи для поиска информации	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
	определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию	
	выделять наиболее значимое в перечне информации	
	оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач	
	использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	
ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию;	содержание актуальной нормативно-правовой документации;
	определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;	современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования
	определять источники финансирования	порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты

Код ПК	Дисциплинарные результаты		
	Навыки	Умения	Знания
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;	пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних рынках	методов и инструментов работы с базами данных внутренних и внешних рынков
	проведение анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;	обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции в формате электронных таблиц	
	обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);	обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов	
	составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;		
	подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;		
	проведения анализа конъюнктуры и		

	емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;		
	подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках.		
ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;	осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ	видов торговых структур
	организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники;		форм и видов торговли, составных элементов торговой деятельности: материально-технической базы торговли, инфраструктуры потребительского рынка
	приемки товаров по количеству и качеству;		
	соблюдения правил охраны труда.		
ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной	определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;	планировать объемы собственных продаж;	методики выявления потребностей;
	формирования коммерческих	устанавливать контакт с клиентом	техники продаж;

работы и продажи товаров;	предложений по продаже товаров;	посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;	
	подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;	использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;	методик проведения презентаций;
	информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;	формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;	потребительских свойств товаров;
	стимулирования клиентов на заключение сделки;	планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;	требований и стандартов производителя.
	взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;	использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;	
	закрытия сделок;	предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;	
	соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;	опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;	
	использования специализированных программных	работать с возражениями клиента;	

	продуктов в процессе оказания услуги продажи.		
		применять техники по закрытию сделки;	
		суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;	
		фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;	
		обеспечивать конфиденциальность полученной информации;	
		анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий.	
ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж	анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;	разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;	
		собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;	
		планировать работу по выполнению плана продаж;	
		анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;	
		анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;	
		анализировать возможности	

		увеличения объемов продаж;	
		планировать и контролировать поступление денежных средств;	
		обеспечивать наличие демонстрационной продукции;	
		применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;	
		планировать рабочее время для выполнения плана продаж;	
		планировать объемы собственных продаж;	
ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	разработки программ по повышению лояльности клиентов;	оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;	методики позиционирования продукции организации на рынке;
	разработки мероприятий по стимулированию продаж;	разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;	методов сегментирования рынка;
	информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;	разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;	методов анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции.
	участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;	анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;	
	стимулирования клиентов на заключение сделки;	анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и	

		внутренние источники;	
		анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;	
		вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;	
		вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов.	
ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов	контроля состояния товарных запасов	анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;	инструкций по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов.
		обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;	
		анализировать оборачиваемость складских остатков.	
ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	информационно-справочного консультирования клиентов;	разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;	основ организации послепродажного обслуживания.
	контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;	инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;	
	обеспечения соблюдения стандартов организации.	инициативно вести диалог с клиентом;	
		резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;	

		определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;	
		разрабатывать рекомендации для клиента;	
		собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;	
		анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;	
		проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;	
		вести деловую переписку с клиентами и партнерами;	
		использовать программные продукты.	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.09 Бизнес-планирование»

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы дисциплины	72
в т.ч.	
1. Основное содержание	70
в т. ч.:	
теоретическое обучение	66
практическое обучение	2
самостоятельная учебная работа	2
Дифференцированный зачет	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «ОП.09 Бизнес-планирование»

Наименование разделов и тем	№ занятия	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Формируемые общие и профессиональные компетенции
Раздел 1. Теоретические основы бизнес-планирования			72	
Основное содержание			8	
Тема 1.1. Планирование и прогнозирование в условиях рынка	1-2	Сущность бизнес-планирования и его цели, задачи и функции	2	ОК 01 ОК 02
	3-4	Принципы бизнес-планирования и его предпосылки	2	ОК 03 ПК 1.1
	5-6	Преимущества бизнес-планирования	2	ПК 1.6 ПК 3.2
	7-8	Нормативная основа бизнес-планирования в России	2	ПК 3.4 ПК 3.5
	Самостоятельная работа		2	ПК 3.6 ПК 3.8
	9-10	Роль и место планирования в управлении предприятием	2	
Основное содержание			6	ОК 01 ОК 02
Тема 1.2. Методология планирования на предприятии	11-12	Методы и средства планирования.	2	ОК 03 ПК 1.1
	13-14	Показатели планирования	2	ПК 1.6 ПК 3.2
	15-16	Организация процесса бизнес-планирования на предприятии	2	ПК 3.4 ПК 3.5 ПК 3.6 ПК 3.8
Основное содержание			10	ОК 01 ОК 02
Тема 1.3. Организация плановой работы на предприятии	17-18	Организация планирования.	2	ОК 03 ПК 1.1
	19-20	Плановые показатели, нормы и нормативы.	2	ПК 1.6 ПК 3.2
	21-22	Классификация планов организации. Директивное и индикативное планирование; виды планов, в зависимости от сроков планирования	2	ПК 3.4 ПК 3.5 ПК 3.6 ПК 3.8
	23-24	Виды планов в зависимости от содержания плановых решений.	2	
	25-26	Виды планов по сферам и по форме планирования.	2	
Основное содержание			8	ОК 01 ОК 02
Тема 1.4. Стратегическое планирование	27-28	Прогноз конъюнктуры рынка. Общая стратегия маркетинга.	2	ОК 03 ПК 1.1
	29-30	Определение емкости рынка. Планирование ассортимента и цены.	2	ПК 1.6 ПК 3.2
	31-32	Политика по послепродажному обслуживанию и предоставление гарантий.	2	ПК 3.4 ПК 3.5
	33-34	Реклама и продвижение товара на рынок.	2	ПК 3.6 ПК 3.8

Основное содержание			10	ОК 01 ОК 02
Тема 1.5. Сущность и назначение бизнес-плана	35-36	Бизнес-план: сущность и цели	2	ОК 03 ПК 1.1
	37-38	Функции бизнес-плана	2	ПК 1.6 ПК 3.2
	39-40	Виды бизнес-планов	2	ПК 3.4 ПК 3.5
	41-42	Сравнение бизнес-планов развития предприятия и инвестиционных проектов	2	ПК 3.6 ПК 3.8
	43-44	Последовательность разработки бизнес-плана.	2	
Основное содержание			10	ОК 01 ОК 02
Тема 1.6. Этапы разработки и структура бизнес-плана	45-46	Бизнес-план организации и его структура	2	ОК 03 ПК 1.1
	47-48	Бизнес-план инвестиционного проекта. Стадии разработки и реализации инвестиционного проекта	2	ПК 1.6 ПК 3.2
	49-50	Основные участники инвестиционного проекта и их функции	2	ПК 3.4 ПК 3.5
	51-52	Структура бизнес-плана инвестиционного проекта	2	ПК 3.6 ПК 3.8
	53-54	Практическое занятие № 1: «Разработка бизнес-плана»	2	
Основное содержание			10	ОК 01 ОК 02
Тема 1.7. Анализ и диагностика эффективности управления производственно- хозяйственной деятельностью организации	55-56	Содержание и назначение диагностики эффективности управления производственно-хозяйственной деятельностью организации	2	ОК 03 ПК 1.1
	57-58	Анализ производства и реализации продукции.	2	ПК 1.6 ПК 3.2
	59-60	Анализ маркетинговой среды, основных средств и материальных ресурсов	2	ПК 3.4 ПК 3.5
	61-62	Анализ трудовых ресурсов. Анализ себестоимости и прибыльности предприятия	2	ПК 3.6 ПК 3.8
	63-64	Анализ финансового состояния предприятия	2	
Основное содержание			6	ОК 01 ОК 02
Тема 1.8. Презентация бизнес- плана	65-66	Технология продвижения бизнес-плана.	2	ОК 03 ПК 1.1
	67-68	Типовые недостатки и ошибки в бизнес-планах	2	ПК 1.6 ПК 3.2
	69-70	Специализированные компьютерные системы. Пакет прикладных программ	2	ПК 3.4 ПК 3.5
	71-72	Дифференцированный зачёт	2	ПК 3.6 ПК 3.8
ИТОГО			72	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы дисциплины «ОП.09 Бизнес-планирование» имеется учебный кабинет.

3.1.1. Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя.

3.1.2. Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедийный проектор;
- экран;
- аудиовизуальные средства – схемы и рисунки к лекциям в виде слайдов и электронных презентаций.

3.1.3. Демонстрационные материалы

Настенные карты, презентации.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

1. Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные для использования в образовательном процессе, не старше пяти лет с момента издания.

2. Рекомендуемые печатные издания по реализации общеобразовательной дисциплины представлены в методических рекомендациях по организации обучения.

3.2.1. Основные источники (печатные издания)

1. Романова М.В. Бизнес-планирование: учебное пособие для СПО / М. В. Романова. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2015. - 240 с.
2. Беликова, Е. В. Практикум по бизнес-планированию: учебное пособие / Е. В. Беликова. — Волгоград: ВГАФК, 2016. — 195 с.

3.2.2. Электронные издания (ресурсы)

3.2.3. Дополнительные источники

1. Арустамов, Э.А. Основы бизнеса : учебник для студентов вузов / Э. А. Арустамов. - 3-е изд. перераб. и доп. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К, 2015. С. 232.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения общеобразовательной дисциплины раскрываются через дисциплинарные результаты, направленные на формирование общих и профессиональных компетенций по разделам и темам содержания учебного материала.

Общая/профессиональная компетенция	Раздел/Тема	Тип оценочных мероприятий
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Р 1 Темы 1.1 -1.8	- тестирование; -кейс задания; -составление словаря терминов, либо кроссворда; -устный опрос;
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Р 1 Темы 1.1 -1.8	-фронтальный письменный опрос; -эссе, доклады, рефераты; -оценка составленных презентаций по темам раздела; -контрольная работа; -оценка самостоятельно выполненных заданий;
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Р 1 Темы 1.1 -1.8	-дифференцированный зачет проводится в форме тестирования
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий		
ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	Р 1 Темы 1.1 -1.8	– защита реферата; – составление кроссворда; – фронтальный опрос; – контрольное тестирование;
ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе	Р 1 Темы 1.1 -1.8	– оценивание практической работы;

ведения преддоговорной работы и продажи товаров		– тестирование; – тестирование (контрольная работа);
ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж	Р 1 Темы 1.1 -1.8	
ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	Р 1 Темы 1.1 -1.8	
ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов	Р 1 Темы 1.1 -1.8	
ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	Р 1 Темы 1.1 -1.8	

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ «САРАТОСКИЙ
ТЕХНИКУМ ОТРАСЛЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»**

**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
на 2024 – 2025 учебный год**

Дисциплина: Бизнес-планирование

Специальность код: 38.02.08 Торговое дело

Преподаватель: Горбачева Елена Вячеславовна, преподаватель ГАПОУ СО «Саратовского техникума отраслевых технологий»

Курс и семестр обучения	№ группы	Объём образовательной программы	Учебная нагрузка обучающихся, часов										
			Самостоятельная работа обучающегося	Занятия во взаимодействии с преподавателем, часов									Промежуточная аттестация
				Всего учебных занятий	Основное содержание			прикладной модуль (практическая подготовка)			Консультации		
					Теоретические занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Теоретические	Практические	Лабораторные занятия			
2		72	-	72	66	2	2				2		
Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет													

Планирование содержания дисциплины

№ занятия	Наименование разделов и тем	Количество часов	Тип учебного занятия (в соответствии с УМК)	Средства обучения	Типы оценочных мероприятий	Самостоятельная работа (Д/з)
2 курс 1 семестр		36				
Раздел 1. Теоретические основы бизнес-планирования						
Тема 1.1. Планирование и прогнозирование в условиях рынка		10	Основное содержание			
1-2	Сущность бизнес-планирования и его цели, задачи и функции	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
3-4	Принципы бизнес-планирования и его предпосылки	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
5-6	Преимущества бизнес-планирования	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование, фронтальный опрос	
7-8	Нормативная основа бизнес-планирования в России	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование, фронтальный опрос	
9-10	Роль и место планирования в управлении предприятием	2	Самостоятельная работа	Мультимедийное оборудование	Тестирование, фронтальный опрос	Реферат
Тема 1.2. Методология планирования на предприятии		6	Основное содержание			
11-12	Методы и средства планирования.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос, выполнение	
13-14	Показатели планирования	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос, выполнение	
15-16	Организация процесса бизнес-планирования на предприятии	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос, выполнение	
Тема 1.3. Организация плановой работы на предприятии		10	Основное содержание			

17-18	Организация планирования.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
19-20	Плановые показатели, нормы и нормативы.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование, фронтальный опрос	
21-22	Классификация планов организации.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование, фронтальный опрос	
23-24	Виды планов в зависимости от содержания плановых решений.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
25-26	Виды планов по сферам и по форме планирования.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование, фронтальный опрос	
Тема 1.4. Стратегическое планирование		8	Основное содержание			
27-28	Прогноз конъюнктуры рынка. Общая стратегия маркетинга.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос, выполнение	
29-30	Определение емкости рынка. Планирование ассортимента и цены.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
31-32	Политика по послепродажному обслуживанию и предоставление гарантий.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
33-34	Реклама и продвижение товара на рынок.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование, фронтальный опрос	
Тема 1.5. Сущность и назначение бизнес-плана		10	Основное содержание			
35-36	Бизнес-план: сущность и цели	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
2 курс 2 семестр		36				
37-38	Функции бизнес-плана	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	

39-40	Виды бизнес-планов	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование, фронтальный опрос	
41-42	Сравнение бизнес-планов развития предприятия и инвестиционных проектов	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование, фронтальный опрос	
43-44	Последовательность разработки бизнес-плана.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование, фронтальный опрос	
Тема 1. 6. Этапы разработки и структура бизнес-плана		10	Основное содержание			
45-46	Бизнес-план организации и его структура	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
47-48	Бизнес-план инвестиционного проекта.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование	
49-50	Основные участники инвестиционного проекта и их функции	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
51-52	Структура бизнес-плана инвестиционного проекта	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование	
53-54	Разработка бизнес-плана	2	Практическое занятие	Методические указания.	Оценивание практической работы.	
Тема 1.7. Анализ и диагностика эффективности управления производственно-хозяйственной деятельностью организации		10	Основное содержание			
55-56	Содержание и назначение диагностики эффективности управления производственно-хозяйственной деятельностью организации	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
57-58	Анализ производства и реализации продукции.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
59-60	Анализ маркетинговой среды, основных средств и материальных ресурсов	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование	
61-62	Анализ трудовых ресурсов. Анализ себестоимости и прибыльности предприятия	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
63-64	Анализ финансового состояния предприятия	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование	

Тема 1.8. Презентация бизнес-плана		6	Основное содержание			
65-66	Технология продвижения бизнес-плана.	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
67-68	Типовые недостатки и ошибки в бизнес-планах	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Тестирование	
69-70	Специализированные компьютерные системы. Пакет прикладных программ	2	Лекция	Мультимедийное оборудование	Фронтальный опрос	
71-72	Промежуточная аттестация	2	Дифференцированный зачет.	Методические указания.	Тестирование	
	Итого	36/ 36/ 72				