

Подписано цифровой подписью: АНОО ВО
"СИБИТ"

Причина: Я утвердил этот документ
DN: ИНН ЮЛ=7707329152, E=uc@tax.gov.ru,
ОГРН=1047707030513, C=RU, S=77 Москва, L=г.
Москва, STREET="ул. Неглиная, д. 23",
O=Федеральная налоговая служба, CN=Федеральная
налоговая служба

УТВЕРЖДЕНО

Ректор

Родионов М. Г.

протокол от 27.08.2025 № 11

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«ПРАКТИКУМ ПО УПРАВЛЕНИЮ БИЗНЕСОМ»**

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки: Управление бизнесом

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Год набора (приема на обучение): 2025

Срок получения образования: Очная форма обучения – 4 года
Очно-заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)
Заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)

Объем: в зачетных единицах: 6 з.е.
в академических часах: 216 ак.ч.

г. Омск, 2025

Разработчики:

Доцент, департамент очного обучения, кандидат экономических наук, доцент Марков С. Н.

**Рецензенты:**

Морозов А.В., исполнительный директор ООО «Информационные технологии бизнеса»

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 970, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по внутреннему контролю (внутренний контролер)", утвержден приказом Минтруда России от 22.11.2022 № 731н; "Специалист по финансовому консультированию", утвержден приказом Минтруда России от 19.03.2015 № 167н; "Специалист по управлению рисками", утвержден приказом Минтруда России от 30.08.2018 № 564н; "Специалист по работе с инвестиционными проектами", утвержден приказом Минтруда России от 16.04.2018 № 239н; "Бизнес-аналитик", утвержден приказом Минтруда России от 22.11.2023 № 821н; "Специалист по внешнеэкономической деятельности", утвержден приказом Минтруда России от 17.06.2019 № 409н; "Специалист по прогнозированию и экспертизе цен на товары, работы и услуги", утвержден приказом Минтруда России от 03.12.2019 № 764н; "Экономист предприятия", утвержден приказом Минтруда России от 30.03.2021 № 161н; "Специалист по контроллингу машиностроительных организаций", утвержден приказом Минтруда России от 07.09.2015 № 595н; "Специалист по исследованию и анализу рынка автомобилестроения", утвержден приказом Минтруда России от 30.06.2022 № 383н; "Специалист по логистике на транспорте", утвержден приказом Минтруда России от 08.09.2014 № 616н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегияльный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1		Руководитель образовательной программы	Борисова О. М.	Согласовано	27.08.2025, № 11

Содержание

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)
2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Место дисциплины в структуре ОП
4. Объем дисциплины и виды учебной работы
5. Содержание дисциплины
 - 5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий
 - 5.2. Содержание разделов, тем дисциплины
6. Рекомендуемые образовательные технологии
7. Оценочные материалы текущего контроля
8. Оценочные материалы промежуточной аттестации
9. Порядок проведения промежуточной аттестации
10. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
 - 10.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы
 - 10.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся
 - 10.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине
 - 10.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование
11. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование практических умений и навыков по управлению бизнесом

Задачи изучения дисциплины:

- знать инструменты стратегического анализа, процесс разработки и осуществления стратегии организации, факторы конкурентоспособности организации;
- знать задачи и инструменты управления комплексом маркетинга, методы планирования производства и организации продаж;
- знать задачи, инструменты и методы управления партнерскими отношениями при реализации проектов;
- знать методы анализа внешней и внутренней среды, технологии проведения исследования рынка, поведения потребителей, конкурентной среды отрасли, модели прогнозирования спроса;
- знать методы и инструменты анализа финансово-хозяйственной деятельности для планирования затрат и результатов, оценки эффективности использования финансовых ресурсов и налоговых льгот;
- знать виды и способы оценки рисков принятия управленческих решений.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-1 Способен проводить стратегический анализ, участвовать в разработке и осуществлении стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

ПК-1.1 Знает инструменты стратегического анализа, процесс разработки и осуществления стратегии организации, факторы конкурентоспособности организации

Знать:

ПК-1.1/Зн18 Понятие внутренней и внешней среды управления

ПК-1.1/Зн19 Принципы и методы определения конкурентоспособности бизнеса

ПК-1.1/Зн20 Стратегическое планирование среды бизнеса

ПК-1.2 Умеет планировать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии организации, использовать инструментарий стратегического анализа при формировании конкурентной стратегии организации

Уметь:

ПК-1.2/Ум15 Анализировать конкурентную среду предприятия, текущее состояние бизнеса, стратегические ресурсы и направления деятельности, профиль способностей и конкурентный профиль

ПК-1.2/Ум16 Разрабатывать и осуществлять стратегии бизнеса

ПК-1.3 Владеет навыками проведения стратегического анализа при разработке и осуществлении конкурентной стратегии организации

Владеть:

ПК-1.3/Нв1 Навыками выполнения PEST-анализа и SWOT-анализа

ПК-1.3/Нв2 Навыками построения «дерева целей»

ПК-1.3/Нв3 Навыками построения матрицы БКГ и выбора стратегии развития организации

ПК-4 Способен принимать участие в организации, координации и контроле процессов планирования производства и продаж, управления продуктом, расчета цен и обоснования ценовых стратегий, сбыта и товародвижения

ПК-4.1 Знает задачи и инструменты управления комплексом маркетинга, методы планирования производства и организации продаж.

Знать:

ПК-4.1/Зн27 Организационно-экономический механизм управления процессом производства и продаж

ПК-4.1/Зн28 Организационно-правовые аспекты планирования производства и продаж, управления продуктом, расчета цен

ПК-4.2 Умеет проводить анализ элементов комплекса маркетинга (товарная, ценовая, сбытовая политика), разрабатывать решения по управлению продуктом, расчету цен, организации сбыта и товародвижения, стимулированию продаж и планированию производства.

Уметь:

ПК-4.2/Ум27 Анализировать производственную, сбытовую и ценовую политику на основе системного подхода

ПК-4.2/Ум28 Использовать, обобщать и анализировать информацию, ставить цели и находить пути их достижения

ПК-4.2/Ум29 Всесторонне обосновывать бизнес-модель компании

ПК-4.3 Владеет навыками организации, координации и контроля использования инструментов комплекса маркетинга при планировании процессов производства и продаж.

Владеть:

ПК-4.3/Нв1 Навыками применения современных управленческих технологий на практике

ПК-4.3/Нв2 Навыками целеполагания и разработки управленческих решений

ПК-4.3/Нв3 Навыками построения эффективной бизнес-модели компании

ПК-5 Способен организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации

ПК-5.1 Знает задачи, инструменты и методы управления партнерскими отношениями при реализации проектов.

Знать:

ПК-5.1/Зн5 Принципы и основу формирования взаимовыгодного сотрудничества с деловыми партнерами

ПК-5.1/Зн6 Порядок формирования и подписания соглашений с деловыми партнерами при реализации проектов

ПК-5.1/Зн7 Направления сотрудничества с деловыми партнерами с целью обмена опытом и расширения внешних связей

ПК-5.2 Умеет использовать технологии управления партнерскими отношениями для расширения внешних связей и обмена опытом с деловыми партнерами.

Уметь:

ПК-5.2/Ум5 Находить идеи для сотрудничества с деловыми партнерами

ПК-5.2/Ум6 Определять потребности в информации

ПК-5.2/Ум7 Получать информацию из большого числа источников
ПК-5.2/Ум8 Оперативно и точно интерпретировать информацию
ПК-5.2/Ум9 Поддерживать связи с деловыми партнерами для взаимного сотрудничества

ПК-5.3 Владеет навыками организации и поддержки связи и сотрудничества с деловыми партнерами, ориентированными на обмен опытом и развитие организации при реализации проектов.

Владеть:

ПК-5.3/Нв1 Технологиями организации и поддержки связи и сотрудничества с деловыми партнерами, ориентированными на обмен опытом и развитие организации при реализации проектов

ПК-6 Способен оценивать воздействие внешней и внутренней среды на функционирование организаций, проводить исследования рынка и прогнозировать спрос на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

ПК-6.1 Знает методы анализа внешней и внутренней среды, технологии проведения исследования рынка, поведения потребителей, конкурентной среды отрасли, модели прогнозирования спроса.

Знать:

ПК-6.1/Зн11 Факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность

ПК-6.1/Зн12 Направления и методы исследования предпринимательской среды при создании собственного дела

ПК-6.1/Зн13 Методы конкурентного анализа отрасли

ПК-6.1/Зн14 Технологию проведения обзора рынка

ПК-6.2 Умеет проводить анализ внешней и внутренней среды организации, исследование различных рыночных структур и его участников, выявлять потребности потребителей и прогнозировать спрос.

Уметь:

ПК-6.2/Ум11 Выявлять, формировать и удовлетворять потребности на основе исследования рынка

ПК-6.2/Ум12 Разрабатывать программы по формированию и удовлетворению спроса, оценивать их эффективность

ПК-6.2/Ум13 Проводить анализ рынка и конкурентной среды отрасли

ПК-6.2/Ум14 Оценивать воздействие внешней и внутренней среды на функционирование организации

ПК-6.3 Владеет навыками разработки стратегий и программ по формированию и модификации спроса на основе знания поведения потребителей, структуры рынка и конкурентной среды отрасли.

Владеть:

ПК-6.3/Нв1 Инструментами и методами конкурентного анализа отрасли

ПК-6.3/Нв2 Методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей

ПК-6.3/Нв3 Навыками разработки программ по формированию и удовлетворению спроса, навыками оценки их эффективности

ПК-6.3/Нв10 Методами анализа и оценки информации, отражающей состояние и тенденции развития различных рынков

ПК-7 Способен определять и планировать затраты и результаты деятельности организации, оценивать эффективность использования финансовых ресурсов и налоговых льгот

ПК-7.1 Знает методы и инструменты анализа финансово-хозяйственной деятельности для планирования затрат и результатов, оценки эффективности использования финансовых ресурсов и налоговых льгот.

Знать:

ПК-7.1/Зн16 Направления государственной поддержки малого и среднего предпринимательства

ПК-7.1/Зн17 Основные направления финансового обеспечения деятельности предприятия малого бизнеса

ПК-7.1/Зн18 Источники финансирования стартапов

ПК-7.2 Умеет проводить анализ и оценку эффективности материальных, трудовых, финансовых ресурсов организации для планирования затрат и результатов деятельности.

Уметь:

ПК-7.2/Ум16 Анализировать предлагаемые варианты управленческих решений по планированию затрат и результатов деятельности с выбором наиболее оптимальных

ПК-7.2/Ум17 Определять эффективность бизнеса

ПК-7.2/Ум18 Рассчитывать потребность в финансовых средствах, необходимых для создания конкретного собственного дела в современных российских условиях

ПК-7.3 Владеет навыками обоснования финансово-экономических показателей, используемых в анализе финансово-хозяйственной деятельности, навыками планирования затрат и оценки результатов и эффективности деятельности организаций.

Владеть:

ПК-7.3/Нв1 Способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений по планированию затрат и результатов деятельности

ПК-8 Способен проводить анализ рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании

ПК-8.1 Знает виды и способы оценки рисков принятия управленческих решений.

Знать:

ПК-8.1/Зн11 Источники риска и неопределенности при осуществлении деятельности

ПК-8.1/Зн12 Основные этапы жизненного цикла организации

ПК-8.1/Зн13 Приемы и методы обеспечения устойчивой позиции организаций в условиях перемен и риска

ПК-8.2 Умеет проводить анализ рисков, оценивать принимаемые управленческие решения с учетом специфических рисков.

Уметь:

ПК-8.2/Ум11 Идентифицировать проявления рисков в современной хозяйственной практике

ПК-8.2/Ум12 Выявлять риски предпринимательской деятельности по их разновидностям

ПК-8.2/Ум13 Идентифицировать этап жизненного цикла организации и сопутствующие ему риски

ПК-8.3 Владеет методами оценки рисков при принятии управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

Владеть:

ПК-8.3/Нв1 Навыками выявления рисков в современной хозяйственной практике

ПК-8.3/Нв2 Навыками нейтрализации и снижения рисков, сопутствующих различным этапам жизненного цикла организации

ПК-8.3/Нв3 Навыками применения механизмов нейтрализации рисков

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Практикум по управлению бизнесом» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 5, 6, 7, Очно-заочная форма обучения - 5, 6, 7, Заочная форма обучения - 5, 6, 7.

Предшествующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Анализ финансово-хозяйственной деятельности;

Учет и анализ;

Последующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Антикризисное управление;

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы;

Инвестиционный анализ;

Инновационный менеджмент;

Логистика;

Маркетинговые исследования;

Налоги и налогообложение;

Оценка стоимости бизнеса;

Планирование и прогнозирование;

производственная практика (преддипломная);

Риск-менеджмент;

Стратегический менеджмент;

Страхование;

Управление бизнес-процессами;

Управление изменениями;

Управление партнерскими отношениями;

Управление продажами;

Финансовый менеджмент;

Ценообразование;

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Пятый семестр	72	2	38	2	36	25	Зачет (9)
Шестой семестр	72	2	38	2	36	25	Зачет (9)
Седьмой семестр	72	2	38	2	36	25	Зачет (9)
Всего	216	6	114	6	108	75	27

Очно-заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Пятый семестр	72	2	26	2	24	42	Зачет (4)
Шестой семестр	72	2	26	2	24	42	Зачет (4)
Седьмой семестр	72	2	26	2	24	42	Зачет (4)
Всего	216	6	78	6	72	126	12

Заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Пятый семестр	72	2	6	2	4	62	Зачет (4)
Шестой семестр	72	2	6	2	4	62	Зачет (4)
Седьмой семестр	72	2	6	2	4	62	Зачет (4)
Всего	216	6	18	6	12	186	12

5. Содержание дисциплины (модуля)
5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий
(часы промежуточной аттестации не указываются)

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Консультации	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Стратегический анализ и участие в организации и контроле процессов планирования производства и продаж	63	2	36	25	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3
Тема 1.1. Стратегический анализ в разработке стратегии организации	21		12	9	
Тема 1.2. Планирование производства и продаж	21		12	9	
Тема 1.3. Расчет цен и обоснование ценовых стратегий	21	2	12	7	
Раздел 2. Партнерские отношения и воздействие внешней и внутренней среды на функционирование организации	63	2	36	25	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
Тема 2.1. Партнерские отношения в бизнесе	21		12	9	
Тема 2.2. Внешняя и внутренняя среда функционирования бизнеса	21		12	9	
Тема 2.3. Конкурентная среда компании	21	2	12	7	
Раздел 3. Планирование затрат и оценка рисков в принятии управленческих решений	63	2	36	25	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3
Тема 3.1. Планирование затрат и результатов деятельности компании	21		12	9	
Тема 3.2. Эффективность использования финансовых ресурсов и налоговых льгот	21		12	9	
Тема 3.3. Оценка рисков в принятии управленческих решений	21	2	12	7	

Итого	189	6	108	75	
--------------	------------	----------	------------	-----------	--

Очно-заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Консультации	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотношенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Стратегический анализ и участие в организации и контроле процессов планирования производства и продаж	68	2	24	42	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3
Тема 1.1. Стратегический анализ в разработке стратегии организации	22		8	14	
Тема 1.2. Планирование производства и продаж	22		8	14	
Тема 1.3. Расчет цен и обоснование ценовых стратегий	24	2	8	14	
Раздел 2. Партнерские отношения и воздействие внешней и внутренней среды на функционирование организации	68	2	24	42	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
Тема 2.1. Партнерские отношения в бизнесе	22		8	14	
Тема 2.2. Внешняя и внутренняя среда функционирования бизнеса	22		8	14	
Тема 2.3. Конкурентная среда компании	24	2	8	14	
Раздел 3. Планирование затрат и оценка рисков в принятии управленческих решений	68	2	24	42	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3
Тема 3.1. Планирование затрат и результатов деятельности компании	22		8	14	
Тема 3.2. Эффективность использования финансовых ресурсов и налоговых льгот	22		8	14	
Тема 3.3. Оценка рисков в принятии управленческих решений	24	2	8	14	
Итого	204	6	72	126	

Заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Консультации	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соответствующие результатам освоения программы
Раздел 1. Стратегический анализ и участие в организации и контроле процессов планирования производства и продаж	68	2	4	62	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3
Тема 1.1. Стратегический анализ в разработке стратегии организации	23		2	21	
Тема 1.2. Планирование производства и продаж	23		2	21	
Тема 1.3. Расчет цен и обоснование ценовых стратегий	22	2		20	
Раздел 2. Партнерские отношения и воздействие внешней и внутренней среды на функционирование организации	68	2	4	62	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3
Тема 2.1. Партнерские отношения в бизнесе	23		2	21	
Тема 2.2. Внешняя и внутренняя среда функционирования бизнеса	23		2	21	
Тема 2.3. Конкурентная среда компании	22	2		20	
Раздел 3. Планирование затрат и оценка рисков в принятии управленческих решений	68	2	4	62	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3
Тема 3.1. Планирование затрат и результатов деятельности компании	23		2	21	
Тема 3.2. Эффективность использования финансовых ресурсов и налоговых льгот	23		2	21	
Тема 3.3. Оценка рисков в принятии управленческих решений	22	2		20	
Итого	204	6	12	186	

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Стратегический анализ и участие в организации и контроле процессов планирования производства и продаж

Тема 1.1. Стратегический анализ в разработке стратегии организации

Стратегический анализ в разработке стратегии организации

Тема 1.2. Планирование производства и продаж

Планирование производства и продаж

Тема 1.3. Расчет цен и обоснование ценовых стратегий

Расчет цен и обоснование ценовых стратегий

Раздел 2. Партнерские отношения и воздействие внешней и внутренней среды на функционирование организации

Тема 2.1. Партнерские отношения в бизнесе

Партнерские отношения в бизнесе

Тема 2.2. Внешняя и внутренняя среда функционирования бизнеса

Внешняя и внутренняя среда функционирования бизнеса

Тема 2.3. Конкурентная среда компании

Конкурентная среда компании

Раздел 3. Планирование затрат и оценка рисков в принятии управленческих решений

Тема 3.1. Планирование затрат и результатов деятельности компании

Планирование затрат и результатов деятельности компании

Тема 3.2. Эффективность использования финансовых ресурсов и налоговых льгот

Эффективность использования финансовых ресурсов и налоговых льгот

Тема 3.3. Оценка рисков в принятии управленческих решений

Оценка рисков в принятии управленческих решений

6. Рекомендуемые образовательные технологии

При преподавании дисциплины применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующих формах:

- проблемные лекции;
- лекция-беседа;
- лекции с разбором практических ситуаций.

Семинарские занятия по дисциплине ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся.

Большинство практических занятий проводятся с применением активных форм обучения, к которым относятся:

- 1) устный опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на практические занятия;
- 2) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения, круглый стол);
- 3) контрольная работа по отдельным вопросам, целью которой является проверка знаний студентов и уровень подготовленности для усвоения нового материала по дисциплине.

На семинарских занятиях оцениваются и учитываются все виды активности студентов: устные ответы, дополнения к ответам других студентов, участие в дискуссиях, работа в группах, инициативный обзор проблемного вопроса, письменная работа.

7. Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация: Очная форма обучения, Зачет, Пятый семестр.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Промежуточная аттестация: Очная форма обучения, Зачет, Шестой семестр.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Промежуточная аттестация: Очная форма обучения, Зачет, Седьмой семестр.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Промежуточная аттестация: Очно-заочная форма обучения, Зачет, Пятый семестр.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Промежуточная аттестация: Очно-заочная форма обучения, Зачет, Шестой семестр.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Промежуточная аттестация: Очно-заочная форма обучения, Зачет, Седьмой семестр.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Промежуточная аттестация: Заочная форма обучения, Зачет, Пятый семестр.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Промежуточная аттестация: Заочная форма обучения, Зачет, Шестой семестр.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Промежуточная аттестация: Заочная форма обучения, Зачет, Седьмой семестр.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

8. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Стратегический анализ и участие в организации и контроле процессов планирования производства и продаж

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3

Тема 1.1. Стратегический анализ в разработке стратегии организации

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,

б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на практических занятиях:

см. Приложение 6.

Тема 1.2. Планирование производства и продаж

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,

б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на практических занятиях:

см. Приложение 6

Тема 1.3. Расчет цен и обоснование ценовых стратегий

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,

б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на практических занятиях:

см. Приложение 6

Раздел 2. Партнерские отношения и воздействие внешней и внутренней среды на функционирование организации

Контролируемые ИДК: ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3

Тема 2.1. Партнерские отношения в бизнесе

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,

б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на практических занятиях:

см. Приложение 7

Тема 2.2. Внешняя и внутренняя среда функционирования бизнеса

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,

б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на практических занятиях:

см. Приложение 7

Тема 2.3. Конкурентная среда компании

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

- а) посещение лекционных и практических занятий,
- б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на практических занятиях:

см. Приложение 7

Раздел 3. Планирование затрат и оценка рисков в принятии управленческих решений

Контролируемые ИДК: ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3

Тема 3.1. Планирование затрат и результатов деятельности компании

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

- а) посещение лекционных и практических занятий,
- б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на практических занятиях:

см. Приложение 8

Тема 3.2. Эффективность использования финансовых ресурсов и налоговых льгот

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

- а) посещение лекционных и практических занятий,
- б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на практических занятиях:

см. Приложение 8

Тема 3.3. Оценка рисков в принятии управленческих решений

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

- а) посещение лекционных и практических занятий,
- б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на практических занятиях:

см. Приложение 8

9. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Очная форма обучения, Пятый семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-4.1 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-8.1 ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-7.2 ПК-8.2 ПК-1.3 ПК-4.3 ПК-5.3 ПК-6.3 ПК-7.3 ПК-8.3

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» представлены в приложении 13

2. Выполнение итоговой работы

Образец практического задания к зачету по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» и перечень вопросов представлены в приложении 16

Очная форма обучения, Шестой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-4.1 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-8.1 ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-7.2 ПК-8.2 ПК-1.3 ПК-4.3 ПК-5.3 ПК-6.3 ПК-7.3 ПК-8.3

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» представлены в приложении 14

2. Выполнение итоговой работы

Образец практического задания к зачету по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» и перечень вопросов представлены в приложении 17

Очная форма обучения, Седьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-4.1 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-8.1 ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-7.2 ПК-8.2 ПК-1.3 ПК-4.3 ПК-5.3 ПК-6.3 ПК-7.3 ПК-8.3

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» представлены в приложении 15

2. Выполнение итоговой работы

Образец практического задания к зачету по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» и перечень вопросов представлены в приложении 18

Очно-заочная форма обучения, Пятый семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-4.1 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-8.1 ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-7.2 ПК-8.2 ПК-1.3 ПК-4.3 ПК-5.3 ПК-6.3 ПК-7.3 ПК-8.3

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» представлены в приложении 13

2. Выполнение итоговой работы

Образец практического задания к зачету по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» и перечень вопросов представлены в приложении 16

Очно-заочная форма обучения, Шестой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-4.1 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-8.1 ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-7.2 ПК-8.2 ПК-1.3 ПК-4.3 ПК-5.3 ПК-6.3 ПК-7.3 ПК-8.3

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» представлены в приложении 14

2. Выполнение итоговой работы

Образец практического задания к зачету по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» и перечень вопросов представлены в приложении 17

Очно-заочная форма обучения, Седьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-4.1 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-8.1 ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-7.2 ПК-8.2 ПК-1.3 ПК-4.3 ПК-5.3 ПК-6.3 ПК-7.3 ПК-8.3

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» представлены в приложении 15

2. Выполнение итоговой работы

Образец практического задания к зачету по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» и перечень вопросов представлены в приложении 18

Заочная форма обучения, Пятый семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-4.1 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-8.1 ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-7.2 ПК-8.2 ПК-1.3 ПК-4.3 ПК-5.3 ПК-6.3 ПК-7.3 ПК-8.3

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» представлены в приложении 13

2. Выполнение итоговой работы

Образец практического задания к зачету по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» и перечень вопросов представлены в приложении 16

Заочная форма обучения, Шестой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-4.1 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-8.1 ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-7.2 ПК-8.2 ПК-1.3 ПК-4.3 ПК-5.3 ПК-6.3 ПК-7.3 ПК-8.3

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» представлены в приложении 14

2. Выполнение итоговой работы

Образец практического задания к зачету по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» и перечень вопросов представлены в приложении 17

Заочная форма обучения, Седьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-4.1 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-8.1 ПК-1.2 ПК-4.2 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-7.2 ПК-8.2 ПК-1.3 ПК-4.3 ПК-5.3 ПК-6.3 ПК-7.3 ПК-8.3

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» представлены в приложении 15

2. Выполнение итоговой работы

Образец практического задания к зачету по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» и перечень вопросов представлены в приложении 18

10. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

10.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса: учебник / Э. А. Арустамов. - 6-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2022. - 229 с. - 978-5-394-04958-3. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709999> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии: учебник / И. А. Дубровин. - 3-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2019. - 432 с. - 978-5-394-03291-2. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573394> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Понуждаев, Э. А. Управление организационными изменениями (курс лекций, практикум, консультационный курс, тесты): учебное пособие / Э. А. Понуждаев, В. П. Медведев, М. Э. Понуждаева. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020. - 458 с. - 978-5-4499-1455-2. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://doi.org/10.23681/595819> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Цветков, А. А. Теория и практика бизнес-анализа в ИТ: учебное пособие / А. А. Цветков. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020. - 100 с. - 978-5-4499-0006-7. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://doi.org/10.23681/576480> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

4. Семенов, А. К. Психология и этика менеджмента и бизнеса: учебное пособие / А. К. Семенов, Е. Л. Маслова. - 10-е изд. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 276 с. - 978-5-394-03599-9. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573387> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

10.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. <https://scholar.google.ru> - Международная научная реферативная база данных

Ресурсы «Интернет»

1. <http://www.sibit.sano.ru> - Официальный сайт образовательной организации
2. <http://do.sano.ru> - Система дистанционного обучения Moodle (СДО Moodle)
3. <http://www.ksrf.ru> - Сайт Конституционного Суда Российской Федерации
4. <http://президент.рф> - Сайт Президента Российской Федерации
5. <http://www.duma.gov.ru> - Сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ
6. <http://www.ci.ru> - Электронная версия газеты «Компьютер-Информ»
7. <http://www.diss.rsl.ru> - Электронная библиотека диссертаций РГБ
8. <http://www.edic.ru> - Большой энциклопедический и исторический словарь онлайн
9. <http://www.shpl.ru> - Государственная публичная историческая библиотека
10. <http://www.rubricon.ru> - Крупнейший энциклопедический ресурс Интернета
11. www.gpntb.ru - Сайт государственной публичной научно-технической библиотеки России (ГПНТБ)

10.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При подготовке и проведении учебных занятий по дисциплине студентами и преподавателями используются следующие современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (<http://www.biblioclub.ru>).
2. Интегрированная библиотечно-информационная система ИРБИС64 (<http://lib.sano.ru>).
3. Справочно-правовая система КонсультантПлюс.
4. Электронная справочная система ГИС Омск.

10.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Институт располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие помещения, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения:

Для лекций, семинаров (практических), групповых, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, ГИА

Мультимедийная учебная аудитория № 210

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 5 шт.

Доска маркерная - 1 шт.

Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.

Проектор - 1 шт.

Стол - 37 шт.

Стол преподавателя - 1 шт.

Стул - 74 шт.

Стул преподавателя - 1 шт.

Трибуна - 1 шт.

Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian

Microsoft Windows XP Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus

2GIS

Мультимедийная учебная аудитория № 211

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 5 шт.

Доска маркерная - 1 шт.

Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.

Проектор - 1 шт.

Стол - 27 шт.

Стол преподавателя - 1 шт.

Стул - 54 шт.

Стул преподавателя - 1 шт.

Трибуна - 1 шт.

Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian

Microsoft Windows XP Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus

2GIS

Мультимедийная учебная аудитория № 301

Перечень оборудования

Доска - 1 шт.

Стол - 18 шт.

Стол преподавателя - 1 шт.

Стул - 36 шт.

Стул преподавателя - 1 шт.

Тематические иллюстрации - 0 шт.

Трибуна - 1 шт.

Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

Учебная аудитория № 302

Перечень оборудования

Доска маркерная - 1 шт.

Стол - 18 шт.

Стол преподавателя - 1 шт.

Стул - 36 шт.

Стул преподавателя - 1 шт.

Тематические иллюстрации - 0 шт.

Трибуна - 1 шт.

Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

Мультимедийная учебная аудитория № 303

Перечень оборудования

Доска маркерная - 1 шт.

Стол - 15 шт.

Стол преподавателя - 30 шт.

Стул - 1 шт.

Стул преподавателя - 1 шт.

Тематические иллюстрации - 0 шт.

Трибуна - 1 шт.

Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

Мультимедийная учебная аудитория № 304

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 2 шт.

Доска маркерная - 1 шт.

Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.

Проектор - 0 шт.

Стол - 18 шт.

Стол преподавателя - 1 шт.

Стул - 36 шт.

Стул преподавателя - 1 шт.

Тематические иллюстрации - 0 шт.

Трибуна - 1 шт.

Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Экран - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian

Microsoft Windows 10

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus

2GIS

Мультимедийная учебная аудитория № 312

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 2 шт.

Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.

Проектор - 1 шт.

Тематические иллюстрации - 0 шт.

Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian

Microsoft Windows XP Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus

2GIS

Мультимедийная учебная аудитория № 422

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 2 шт.
Доска маркерная - 1 шт.
Интерактивная доска - 1 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Стол - 13 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 26 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Трибуна - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian
Microsoft Windows 8 Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus
2GIS

Для семинаров (практических, лабораторных), консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, ГИА, НИР, курсового проектирования
Лаборатория экономических и информационных дисциплин № 402

Перечень оборудования

Доска маркерная - 1 шт.
Персональный компьютер - 10 шт.
Стол - 13 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 16 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 0 шт.
Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
NetBeansIDE
Microsoft Visual Studio 2017 CE (C#, C++)
Microsoft Visual Studio 2010 Express
Microsoft Visual Studio Community
Microsoft SQL 2010 Express
Notepad ++
MySQL
OracleSQLDeveloper
Microsoft SOAPToolkit
CADE
Denwer 3 webserver
Dev-C++
IDEEclipse
JDK 6

Freepascal
Lazarus
Geany
JavaDevelopmentKit
TheRProject
NetBeansIDE8
StarUML 5.0.2
EViews 9 StudentVersionLite
Gretl
Matrixer
Maxima
Xmind
BPWIN
IrfanView
SMARTBoard
Gimp
Java 8 Update 381 (64-bit)
Microsoft Office 2013 Professional Plus Win32 Russian
1С Предприятие 8.2. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях
1С 8.2 АБС "Управление кредитной организацией"
Microsoft Project 2010

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus
2GIS

Для лекций, семинаров (практических), групповых и индивидуальных консультаций,
текущего контроля, промежуточной аттестации
Мультимедийная учебная аудитория № 305

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 2 шт.
Доска маркерная - 1 шт.
Информационная доска - 1 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Круглый стол - 3 шт.
Ноутбук DELL - 8 шт.
Ноутбук HP - 2 шт.
Персональный компьютер - 1 шт.
Проектор - 1 шт.
Стеллаж - 2 шт.
Стол одноместный - 10 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 27 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Трибуна - 1 шт.
Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

MariaDB 10.11 (x64)
Microsoft Office 2016 standart Win64 Russian
Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus
2GIS

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного, компьютерного оборудования и хранения элементов мультимедийных лабораторий
Специальное помещение № 420

Перечень оборудования

Запасные части для компьютерного оборудования - 0 шт.
Наушники для лингафонного кабинета - 0 шт.
Паяльная станция - 1 шт.
Персональный компьютер - 4 шт.
Планшетный компьютер - 15 шт.
Сервер - 10 шт.
Стеллаж - 0 шт.
Стол - 4 шт.
Стул - 4 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
Специальное помещение № 003

Перечень оборудования

Запасные части для столов и стульев - 0 шт.
Материалы для сопровождения учебного процесса - 0 шт.
Наборы слесарных инструментов для обслуживания учебного оборудования - 0 шт.
Станок для сверления - 0 шт.
Стеллаж - 0 шт.
Угловая шлифовальная машина - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

11. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

ВИДЫ И ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Успешное освоение теоретического материала по дисциплине требует самостоятельной работы, нацеленной на усвоение лекционного теоретического материала, расширение и конкретизацию знаний по разнообразным вопросам дисциплины. Самостоятельная работа

студентов предусматривает следующие виды:

1. Аудиторная самостоятельная работа студентов – выполнение на практических занятиях и лабораторных работах заданий, закрепляющих полученные теоретические знания либо расширяющие их, а также выполнение разнообразных контрольных заданий индивидуального или группового характера (подготовка устных докладов или сообщений о результатах выполнения заданий, выполнение самостоятельных проверочных работ по итогам изучения отдельных вопросов и тем дисциплины);

2. Внеаудиторная самостоятельная работа студентов – подготовка к лекционным, практическим занятиям, лабораторным работам, повторение и закрепление ранее изученного теоретического материала, конспектирование учебных пособий и периодических изданий, изучение проблем, не выносимых на лекции, написание тематических рефератов, выполнение индивидуальных практических заданий, подготовка к тестированию по дисциплине, выполнение итоговой работы.

Большое значение в преподавании дисциплины отводится самостоятельному поиску студентами информации по отдельным теоретическим и практическим вопросам и проблемам.

При планировании и организации времени для изучения дисциплины необходимо руководствоваться п. 5.1 или 5.2 рабочей программы дисциплины и обеспечить последовательное освоение теоретического материала по отдельным вопросам и темам (Приложение 4).

Наиболее целесообразен следующий порядок изучения теоретических вопросов по дисциплине:

1. Изучение справочников (словарей, энциклопедий) с целью уяснения значения основных терминов, понятий, определений;
2. Изучение учебно-методических материалов для лекционных, практических занятий, лабораторных работ;
3. Изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы и электронных информационных источников;
4. Изучение дополнительной литературы и электронных информационных источников, определенных в результате самостоятельного поиска информации;
5. Самостоятельная проверка степени усвоения знаний по контрольным вопросам и/или заданиям;
6. Повторное и дополнительное (углубленное) изучение рассмотренного вопроса (при необходимости).

В процессе самостоятельной работы над учебным материалом рекомендуется составить конспект, где кратко записать основные положения изучаемой темы. Переходить к следующему разделу можно после того, когда предшествующий материал понят и усвоен. В затруднительных случаях, встречающихся при изучении курса, необходимо обратиться за консультацией к преподавателю.

При изучении дисциплины не рекомендуется использовать материалы, подготовленные неизвестными авторами, размещенные на неофициальных сайтах недельного содержания. Желательно, чтобы используемые библиографические источники были изданы в последние 3-5 лет. Студенты при выполнении самостоятельной работы могут воспользоваться учебно-методическими материалами по дисциплине, представленными в электронной библиотеке института, и предназначенными для подготовки к лекционным и семинарским занятиям.

Контроль аудиторной самостоятельной работы осуществляется в форме дискуссии и собеседования. Контроль внеаудиторной самостоятельной работы студентов осуществляется в форме устного или письменного опроса. Промежуточный контроль знаний в форме экзамена осуществляется посредством письменного тестирования, включающего вопросы и задания для самостоятельного изучения.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценка компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с

Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации, Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания и технологической картой дисциплины (Приложение 1-3). Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего и промежуточного контроля представлены в Приложении 5.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена/зачета в виде выполнения тестирования и/или итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины (Приложение 13-15)

Оценка знаний студентов осуществляется в соответствии с Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в Институте, и технологической картой дисциплины

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА ЭТАПЕ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

1) Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)

При преподавании дисциплины «Практикум по управлению бизнесом» применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий.

Практические занятия по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся.

Большинство практических занятий проводятся с применением активных форм обучения, к которым относятся:

- 1) устный опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на практические занятия;
- 2) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения);
- 3) контрольная работа по отдельным вопросам, целью которой является проверка знаний студентов и уровень подготовленности для усвоения нового материала по дисциплине.

На практических занятиях оцениваются и учитываются все виды активности студентов: устные ответы, дополнения к ответам других студентов, участие в дискуссиях, работа в группах, инициативный обзор проблемного вопроса, письменная работа.

2) Письменное задание

Письменное задание (реферат) (формируемые компетенции ПК-1, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК -7, ПК-8)

Цели и задачи реферата.

Целью работы является обобщение и систематизация теоретического материала в рамках исследуемой проблемы.

В процессе выполнения работы решаются следующие задачи:

1. Формирование информационной базы:

- анализ точек зрения зарубежных и отечественных специалистов в области финансов и практикума;
- конспектирование и реферирование первоисточников в качестве базы для сравнения, противопоставления, обобщения;
- анализ и обоснование степени изученности исследуемой проблемы;
- подготовка библиографического списка исследования.

2. Формулировка актуальности темы:

- отражение степени важности исследуемой проблемы в современной теории и практике;

- выявление соответствия задачам теории и практики, решаемым в настоящее время;
- определение места выбранной для исследования проблемы в управлении бизнеса.

3. Формулировка цели и задач работы:

- изложение того, какой конечный результат предполагается получить при проведении теоретического исследования;
- четкая формулировка цели и разделение процесса ее достижения на этапы;
- выявление особенностей решения задач (задачи - это те действия, которые необходимо предпринять для достижения поставленной в работе цели).

В результате написания реферата студент изучает и анализирует информационную базу с целью установления теоретических зависимостей, формулирует понятийный аппарат, определяет актуальность, цель и задачи работы.

Обязательными составляющими элементами реферата являются:

титульный лист;

содержание;

введение;

основное содержание, разделенное на разделы (параграфы, пункты, подпункты), расположенные и поименованные согласно плану; в них аргументировано и логично раскрывается избранная тема в соответствии с поставленной целью; обзор литературы; описание применяемых методов, инструментов, методик, процедур в рамках темы исследования; анализ примеров российского и зарубежного опыта, отражающих тему исследования и т.д.

заключение;

список использованных источников;

приложения.

Требования к оформлению письменных работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и лабораторных работ, одобренных решением Ученого совета (протокол № 8 от 29.04.2020 г.).

Номер темы для выполнения реферата определяется по таблице, представленной в Приложении 9.

3) Практическое задание

Формируемые компетенции ПК-1, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК- 7, ПК-8 (Приложения 10-12)

Кейс - описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Цель кейса - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

В процессе выполнения кейса решаются следующие задачи:

- Формирование и развитие информационной компетентности;
- Развитие умений искать новые знания, анализировать ситуации;
- Развитие навыков самоорганизации, самостоятельности, инициативности;
- Развитие умений принимать решения, аргументировать свою позицию.

Обязательными составляющими элементами кейса являются:

титульный лист;

основная часть;

заключение;

список использованных источников;

приложения

Требования к оформлению практических работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и лабораторных работ, одобренных решением Ученого совета (протокол № 8 от 29.04.2020 г.).

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и

(или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций
Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся по дисциплине основана на использовании Положения о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в институте, и технологической карты дисциплины.

Текущий контроль:

- посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия) - 0-35 баллов;
- письменное задание (реферат) - 0-25 баллов;
- практическое задание (кейс) - 0-50 баллов.

Промежуточная аттестация:

- итоговая работа - 25 баллов.

Максимальное количество баллов по дисциплине – 100.

Максимальное количество баллов по результатам текущего контроля – 75.

Максимальное количество баллов на экзамене – 25.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный план курса «Практикум по управлению бизнесом» предполагает в основе изучения предмета практикоориентированные задания и основные источники литературы.

Кроме традиционных форм проведения практических занятий (перечень и объем которых указаны) целесообразно в процессе обучения использовать и активные формы обучения.

Примерный перечень активных форм обучения:

- 1) кейсы и практические ситуации;
- 2) индивидуальные творческие задания;
- 3) творческие задания в группах;
- 4) практические работы.

Семинарские занятия предполагают более детальную проработку темы по каждой изучаемой проблеме, основные направления и показатели функционирования бизнеса. Для этого разработаны подробные вопросы, обсуждаемые на семинарских занятиях, практические задания, темы рефератов и тесты. При подготовке к семинарским занятиям следует акцентировать внимание на значительную часть самостоятельной практической работы студентов.

Для более успешного изучения курса преподавателю следует постоянно отсылать студентов к практикумам, периодической печати. Освоение всех разделов курса предполагает приобретение студентами навыков применения инструментов и методов анализа управления бизнеса, умение работать с научной литературой.

При изучении курса наряду с овладением студентами теоретическими положениями курса уделяется внимание приобретению практических навыков с тем, чтобы они смогли успешно применять их в своей профессиональной деятельности.

Большое значение при проверке знаний и умений придается тестированию и подготовке рефератов по темам курса.

Активные формы семинаров открывают большие возможности для проверки усвоения теоретического и практического материала.

Основная учебная литература, представленная учебниками и учебными пособиями, охватывает все разделы программы по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом». Она изучается студентами в процессе подготовки к семинарским и практическим занятиям, зачету. Дополнительная учебная литература рекомендуется для самостоятельной работы по подготовке к семинарским и практическим занятиям, при написании рефератов.

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных

технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями опорнодвигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены вузом или могут использоваться собственные технические средства. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий текущего контроля. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Технологическая карта дисциплины

Наименование дисциплины	Практикум по управлению бизнесом
Количество зачетных единиц	2
Форма промежуточной аттестации	Зачет

№	Виды учебной деятельности студентов	Форма отчетности	Баллы (максимум)
Текущий контроль			
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)		
2	Выполнение письменного задания (реферат)	Письменная работа	
3	Выполнение практического задания (кейс)	Письменная работа	
Промежуточная аттестация			
4	Выполнение итоговой работы	Итоговая работа, тест	
Итого по дисциплине:			100

« ____ » _____ 20 ____ г.

Преподаватель _____ / _____

(уч. степень, уч. звание, должность, ФИО преподавателя) Подпись

Технологическая карта дисциплины

Наименование дисциплины	Практикум по управлению бизнесом
Количество зачетных единиц	2
Форма промежуточной аттестации	Зачет

№	Виды учебной деятельности студентов	Форма отчетности	Баллы (максимум)
Текущий контроль			
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)		
2	Выполнение письменного задания (реферат)	Письменная работа	
3	Выполнение практического задания (кейс)	Письменная работа	
Промежуточная аттестация			
4	Выполнение итоговой работы	Итоговая работа, тест	
Итого по дисциплине:			100

« ____ » _____ 20 ____ г.

Преподаватель _____ / _____

(уч. степень, уч. звание, должность, ФИО преподавателя)

Подпись

Технологическая карта дисциплины

Наименование дисциплины	Практикум по управлению бизнесом
Количество зачетных единиц	2
Форма промежуточной аттестации	Зачет

№	Виды учебной деятельности студентов	Форма отчетности	Баллы (максимум)
Текущий контроль			
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)		
2	Выполнение письменного задания (реферат)	Письменная работа	
3	Выполнение практического задания (кейс)	Письменная работа	
Промежуточная аттестация			
4	Выполнение итоговой работы	Итоговая работа, тест	
Итого по дисциплине:			100

« ____ » _____ 20 ____ г.

Преподаватель _____ / _____

(уч. степень, уч. звание, должность, ФИО преподавателя)

Подпись

Тематическое планирование самостоятельной работы студентов

Тема, раздел	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма	Задания для самостоятельной работы	Форма контроля
1. Стратегический анализ в разработке стратегии организации	9	14	21	подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Индивидуальное задание
2. Планирование производства и продаж	9	14	21	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Реферат
3. Расчет цен и обоснование ценовых стратегий	7	14	20	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Реферат
4. Партнерские отношения в бизнесе	9	14	21	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Реферат
5. Внешняя и внутренняя среда функционирования бизнеса	9	14	21	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Реферат
6. Конкурентная среда компании	7	14	20	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Реферат

7. Планирование затрат и результатов деятельности компании	9	14	21	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Реферат
8. Эффективность использования финансовых ресурсов и налоговых льгот	9	14	21	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Реферат
9. Оценка рисков в принятии управленческих решений	7	14	20	- подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	Реферат
ИТОГО	75	126	186		

Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего контроля

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	1. Посещение занятий: а) посещение лекционных и практических занятий, б) соблюдение дисциплины. 2. Работа на лекционных занятиях: а) ведение конспекта лекций, б) уровень освоения теоретического материала, в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору. 3. Работа на практических занятиях: а) уровень знания учебно-программного материала, б) умение выполнять задания, предусмотренные программой курса, в) практические навыки работы с освоенным материалом.	0-35
2	Письменное задание	1. Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт. 2. Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме письменного задания; б) соответствие содержания теме и плану письменного задания; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; д) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). 3. Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.). 4. Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму письменного задания.	0-25
3	Практическое задание	1. Анализ проблемы: а) умение верно, комплексно и в соответствии с действительностью выделить причины возникновения проблемы, описанной в практическом задании. 2. Структурирование проблем: а) насколько четко, логично, последовательно были изложены проблемы, участники проблемы, последствия проблемы, риски для объекта. 3. Предложение стратегических альтернатив: а) количество вариантов решения проблемы, б)	0-50

		умение связать теорию с практикой при решении проблем. 4. Обоснование решения: а) насколько аргументирована позиция относительно предложенного решения практического задания; б) уровень владения профессиональной терминологией. 5. Логичность изложения материала: а) насколько соблюдены общепринятые нормы логики в предложенном решении, б) насколько предложенный план может быть реализован в текущих условиях.	
--	--	---	--

Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе промежуточной аттестации

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Итоговая работа	Количество баллов за тест пропорционально количеству правильных ответов на тестовые задания. После прохождения теста суммируются результаты выполнения всех заданий для выставления общей оценки за тест.	0-25

Раздел 1. Стратегический анализ и участие в организации и контроле процессов планирования производства и продаж (ПК-1, ПК-4)

Тема 1.1. Стратегический анализ в разработке стратегии организации

Вопросы к обсуждению по теме:

1. Понятие внутренней и внешней среды управления
2. Внутренняя среда управления бизнеса
3. Внешняя среда управления бизнеса
4. Конкурентоспособность бизнеса в современных условиях
5. Принципы определения конкурентоспособности бизнеса
6. Методы определения конкурентоспособности бизнеса
7. Факторы конкурентоспособности предприятия
8. Конкурентный профиль предприятия
9. Методы планирования производства
10. SWOT – анализ на предприятии
11. PEST – анализ на предприятии
12. Методы принятия управленческих решений

Практические задания и кейсы по теме

Задание 1. Фирма, занимающаяся производством программного обеспечения для телевидения (заставки, спецэффекты, экранный дизайн и т.д.), решила выпускать компьютерные игры на основе развитой 3D графики и видеоэффектах. Какую из эталонных стратегий использует фирма? Назвать стратегию и группу, к которой она относится. Назвать другие стратегии этой группы. Каковы условия успешности этой стратегии?

Задание 2. Компания, предоставляющая услуги сотовой связи, осуществила покрытие населенного пункта, в котором до этого не работал ни один сотовый оператор. Какую стратегию использовала компания?

Задание 3. Организация занимается предоставлением услуг в сфере продажи парфюмерии и косметики такого же качества, как основной конкурент, но по более низкой цене. Опишите стратегию, которую использует организация. Каковы условия успешности данной стратегии?

Задание 4. Компания занималась переводом денег по всему миру. После 5 лет успешной работы она накопила и заработала хороший капитал. После очередного собрания акционеров было решено открыть банковское отделение под тем же самым брендом и выдавать кредиты. Какую стратегию использует компания?

Задание 5. Крупная национальная компания «А», занимающаяся производством автомобилей, имеет отрицательную динамику роста продаж во втором полугодии. Рекламные акции и скидки, которые предоставляла компания, положительных результатов не принесли. В этой связи компания «А» снизила количество производимых автомобилей, конвейеры встали. На данном сегменте рынка существует более мощный конкурент – компания «В», которой требуется открыть производство в данном регионе, чтобы увеличить количество продаж. Какую стратегию можно использовать компании «А» в данном случае?

Задание 6. Студенту предлагается проект по созданию бизнеса в сфере общественного питания. На основе придуманных данных:

- проанализировать конкурентную среду предприятия, текущее состояние бизнеса, стратегические ресурсы и направления деятельности, профиль способностей и конкурентный профиль;
- разработать и осуществить стратегию бизнеса;
- провести SWOT – анализ на предприятии
- провести PEST – анализ на предприятии

Тема 1.2. Планирование производства и продаж

Вопросы к обсуждению по теме:

1. Планирование продаж.

2. Планирование производственной программы.
3. Ресурсное обеспечение предприятия
4. Планирование сбыта продукции.
5. Цели и задачи планирования продаж.
6. Исследование конъюнктуры рынка.
7. Сегментация рынка.
8. Планирование ассортимента
9. Оценка конкурентоспособности товара.
10. Планирование цены.
11. Прогнозирование величины продаж.
12. Анализ выполнения плана.
13. Планирование производства продукции.
14. Структура и показатели производственной программы предприятия.
15. Методика планирования производственной программы.
16. Расчет производственной мощности.
17. Планирование выпуска продукции.
18. Планирование ресурсного обеспечения деятельности предприятия.
19. Цели, задачи и содержание планирования потребности в материально-технических ресурсах
20. Определение потребности в материально-технических ресурсах.
21. Изучение рынка сырья и материалов.
22. Планирование закупок материальных ресурсов.
23. Анализ выполнения плана.

Практические задания и кейсы по теме

Задание 1. Идем вместе с рынком

Суть: метод заключается в простой предпосылке. Если вы и конкуренты в своем бизнесе/продукте ничего не меняете, либо придерживаетесь сложившегося паритета (качество/ценовое позиционирование), то ваши продажи будут изменяться в том же направлении, что и рынок. Если рынок вырастет на 5%, то продажи всех участников вырастут на 5%. Если рынок упадет на 10%, то продажи всех упадут пропорционально. Это справедливо и это работает. Редко можно найти такие рынки, где нет острой конкурентной борьбы и где условия стабильны. Но все же в отсутствии какого-либо математического или статистического инструментария этот подход вполне рабочий.

Необходимые инструменты и информация: для прогнозирования данным методом необходимо знание прогноза роста вашего территориального рынка. Например, если вы продаете товар по всей России, то потребуется прогноз российского рынка. Если же ваш бизнес ограничен территорией Омской области, то и прогнозы нужны соответствующие. Как правило, данные по стране можно найти в интервью отраслевых экспертов или купить готовые отчеты аналитических агентств. Сложнее с небольшими территориальными рынками.

Пример: компания производит и продает велосипеды по всем регионам РФ. Локальные рынки могут отличаться своей спецификой, но в целом на уровне страны производитель имеет долю рынка 10%. Чтобы спланировать продажи на амбициозном, но достижимом уровне, производитель купил готовое исследование рынка велосипедов у аналитической компании. В этом исследовании на основании ряда предположений сделан прогноз общего рынка на ближайшие 5 лет со среднегодовым темпом роста (CAGR) +2%. Для производителя это означает, что при прочих равных его продажи также могут расти на 2% в год.

Задание 2. Экстраполяция

Суть: с помощью простого статистического аппарата прогнозируется сложившийся в продажах тренд. История продаж за 3 года позволит выявить имеющуюся сезонность в продажах и учесть это в прогнозе. Экстраполяцию чаще всего используют как дополнительный метод получения прогнозных данных на более длительном горизонте времени. Например, на базе доступной информации о рынке строится прогноз продаж на ближайшие три года. Далее с помощью экстраполяции получают прогноз еще на два года. В результате имеем пятилетний прогноз продаж.

При использовании экстраполяции необходимо подобрать наиболее подходящий метод: линейный, экспоненциальный, логарифмический или полиномиальный. Все это можно сделать с помощью встроенных инструментов MS Excel.

Необходимые инструменты и информация: для построения прогноза необходимы данные о продажах за прошедшие периоды в формате таблицы Excel. На основании этих данных можно будет построить прогноз сразу в таблице, либо на графике. Я рекомендую использовать график. Так вы сможете визуальнo понять, как ведут себя данные о продажах за прошедшие года: изменяются линейно, волнообразно с пиками в сезонные месяцы и так далее.

Это поможет подобрать соответствующий тип функций для построения прогноза. В MS Excel это называется «Линия тренда». Эта функция становится доступна после щелчка правой кнопкой мыши на построенном графике продаж. Интуитивно понятное меню настройки позволит вам выбрать тип линии, количество прогнозируемых периодов и другие параметры.

Задание 3. Дистрибьюторы

Суть: дистрибьюторы в некоторых сегментах рынка являются ключевым элементом цепочки реализации товаров. Оптовик владеет критически важной информацией для прогнозирования спроса — товарные остатки на своем складе и складах розничных клиентов. Даже если предыдущий год для вас как для производителя был хорош, на продажи будущего периода могут повлиять плохие розничные продажи и, следовательно, высокие остатки под конец сезона.

Если ваша компания сравнительно небольшая и товар не отличается уникальностью, то с большой вероятностью доля вашей продукции в общем объеме реализации этой товарной группы низкая. В таком случае дистрибьютор будет принимать решение о закупке по остаточному принципу. Но даже в такой ситуации можно получить хоть какое-то предположение закупщика относительно планов на будущий период с объяснением базовых причин. Если же ваша компания является крупным производителем, работает с несколькими национальными дистрибьюторами и имеет существенную долю в их продажах (более 10–15%), то всегда можно рассчитывать на более качественный подход к прогнозу закупок со стороны оптовика.

Ведь теперь уже от его грамотного решения зависит финансовый результат его компании. Также при обсуждении планов на будущий период дистрибьютор запросит программу поддержки реализации складских остатков, если по вашей продукции они выше норматива.

Необходимые инструменты и информация: для получения прогноза таким способом вам потребуется телефон, ручка и лист бумаги. Все, что требуется — это установить доверительный диалог с сотрудником дистрибьютора, отвечающим за закупки вашего товара — категорийным менеджером. Вы сможете кратко обсудить результаты совместной работы за прошедший период и обсудить планы на будущее. Наиболее целесообразно проводить такие беседы в конце года (ноябрь–декабрь).

Пример: реализация автомобильных шин построена на нескольких национальных дистрибьюторах, которые далее обеспечивают распространение шин во все розничные точки, шиномонтажные мастерские, автосервисы и так далее. Каждый год перед началом сезона сотрудник отдела продаж, отвечающий за ключевых клиентов, проводит индивидуальные встречи с оптовиками для обсуждения их прогнозов по закупкам. Эти прогнозы сопоставляются с предполагаемым ростом рынка и маркетинговыми целями производителя (доля на рынке, доля продаж через оптовый канал и так далее). После объединения с данными по другим каналам продаж получается целостная картина прогноза.

Задание 4. Воронка продаж

Суть: метод заключается в формализованном описании воронки продаж в компании, включая наиболее ранние ее стадии. Каждая стадия предполагает наличие мониторинга запросов с рынка, сотрудника, отвечающего за отработку по этим запросам и % вероятности конверсии данного запроса в продажи. У каждого запроса есть ожидаемая дата заключения контракта, сумма контракта, количество единиц товара. Все запросы клиентов будут находиться в разной степени проработки.

Перемножив стоимость (количество единиц продукции) контракта на % вероятности, получаем математическое ожидание стоимости. Если просуммировать все математические ожидания по всем этапам воронки и сгруппировать результаты по месяцам, то получится прогноз продаж.

Необходимые инструменты и информация: для реализации этого подхода необходим четко налаженный процесс консолидации информации по запросам клиентов со всех этапов воронки и по всем каналам продаж (колл-центр, отдел продаж, интернет-сайт).

Пример: в тяжелом машиностроении с момента выявления потребности у заказчика до поставки продукции может пройти больше двух лет. Подобная длительность связана с тем, что процесс разбивается на несколько крупных самостоятельных стадий: выявление потребности, формулирование технических требований к решению, проведение тендера, заключение контракта, производство продукции, поставка. Если речь идет о транспортных проектах, то с момента появления потребности в строительстве железной дороги может пройти не один год на технико-экономическое обоснование, проектно-изыскательские работы, строительство инфраструктуры прежде чем заказчик начнет закупать подвижной состав. Однако включение таких проектов в воронку продаж на самой ранней стадии, позволяют прогнозировать продажи на длинном горизонте (5 лет и более).

Задание 5. Модель многофакторной регрессии

Суть: метод заключается в разработке собственной статистически обоснованной модели многофакторной регрессии. Модель позволяет связать продажи с изменением факторов, которые могли повлиять на них, например, ценовое позиционирование, количество холодных звонков, количество скачанных демоверсий, потраченного бюджета на продвижение в социальных сетях и так далее. Факторы подбираются исходя из специфики вашего бизнеса. Чем больше исторических данных в вашем распоряжении имеется, тем качественнее получится модель и, следовательно, меньше ошибок в прогнозе.

Необходимые инструменты и информация: для создания такой модели потребуется сотрудник, владеющий необходимым математическим аппаратом, либо аналитическое агентство. В любом случае вам потребуется набор данных за довольно продолжительное время. Чем больше ретроспектива, тем выше шанс найти аномалии в данных, которые могли быть связаны не с исследуемыми факторами, а со структурными изменениями в экономике (глобальные кризисы). В конечном итоге вы получите формулу, которая позволит вам, задав значения факторов, получить прогнозное значение продаж.

Пример: компания, производящая мобильные телефоны, может построить свой прогноз продаж на данных о ценовом позиционировании против ключевого конкурента, размере бюджета на рекламу и охвате розничных точек, в которых присутствует товар данной компании.

Задание 6. Машинное обучение

Суть: сегодня разрабатывать сложные многофакторные модели можно с помощью методов машинного обучения. Говоря простым языком, вам необходимо загрузить большой объем данных, в которых компьютер с помощью алгоритмов будет распознавать устойчивые связи и подбирать факторы внешней и внутренней среды компании, максимально влияющие на продажи.

Необходимые инструменты и информация: для разработки такого рода моделей нужен сотрудник, знающий языки программирования, например, Python или R, и модели для прогнозирования временных рядов. Одной из достаточно распространенных моделей является SARIMA. Однако нужно учитывать, что для разного уровня сложности могут потребоваться разные модели или даже корпус моделей. Отталкиваться нужно всегда от решаемой задачи.

Пример: множество сложных вычислительных задач поиска закономерностей и прогнозирования временных рядов.

Какой бы способ прогнозирования в компании вы ни выбрали, необходимо помнить, что прогноз — это только составная часть этапа планирования продаж. Прогноз всегда должен содержать как минимум два варианта: оптимистичный и пессимистичный. Где-то между ними и будет располагаться ваш план продаж — консенсус маркетинга и коммерции относительно перспектив развития рынка и амбиций компании по доле на этом рынке.

Задание 7. Студенту предлагается проект по созданию бизнеса в сфере общественного питания. На основе придуманных данных:

- проанализировать производственную, сбытовую и ценовую политику на основе системного подхода;

Тема 1.3. Расчет цен и обоснование ценовых стратегий

Вопросы к обсуждению по теме:

1. Цена и ее сущность
2. Ценообразование на современных рынках
3. Методы ценообразования

4. Функции цены
5. Ценовая система
6. Ценовая политика
7. Ценовые стратегии
8. Дифференциация цен по видам экономической деятельности и сферам обслуживания
9. Дифференциация цен по степени участия государства в ценообразовании
10. Дифференциация цен по стадиям ценообразования
11. Дифференциация цен по транспортной составляющей
12. Дифференциация цен по характеру ценовой информации
13. Рыночные методы ценообразования

Практические задания и кейсы по теме

Задание 1.

На основе таблицы ниже, приведите примеры формирования цены на продукцию

ЭЛЕМЕНТЫ ЦЕНЫ				
Себестоимость производства и продажи (работ, услуг)	Прибыль производителя	Косвенные налоги (акциз, НДС)	Посредническая надбавка (издержки, прибыль и НДС посредника)	Торговая надбавка (издержки, прибыль и НДС торговли)
ОПТОВАЯ ЦЕНА ИЗГОТОВИТЕЛЯ				
ОПТОВАЯ ОТПУСКНАЯ ЦЕНА				
ОПТОВАЯ ЦЕНА ЗАКУПКИ				
РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА				

Опишите преимущества и недостатки данных цен. Как на систему цен влияет государство.

Задание 2.

Рассчитайте индексы пересчета на товары, работы и услуги:

1. Определить индекс изменения цен на оборудование с 31.12.2012 по 31.12.2015, если известно, что индекс изменения цен в 2013 году – 1,12, в 2014 году – 1,09, в 2015 году – 1,12, в 2016 году – 1,08.

2. Определить индекс изменения цен на оборудование с 31.12.2012 по 31.12.2015, если известно, что индекс изменения цен в 2012 году составил 1,15, в 2013 году – 1,12, в 2014 году – 1,09, в 2015 году – 1,12, в 2016 году – 1,08.

3. Первоначальная балансовая стоимость оборудования на начало 2007 года – 30 500 руб. Определить стоимость оборудования по состоянию на 01.01.2011, если индекс Росстата за период с 01.01.2007 по 01.12.2010 составил 2,045, прирост стоимости с 01.12.2010 по 31.12.2010 составил 6,08%.

4. Известно, что индекс изменения цен в 2012 году составил 1,12, в 2013 году – 1,15, в 2014 году – 1,1, в 2015 году – 1,12, в 2016 году – 1,08. Определить, на сколько процентов изменится стоимость за период с 31.12.2012 по 31.12.2015.

5. Индекс цен с 01.01.2010 года по 01.01.2013 года равен 0,85, с 01.01.2013 года по 01.01.2015 года цены выросли на 110%, с 01.01.2015 года по 01.01.2018 года уменьшились в 1,4 раза. Найти среднемесячное изменение цен с 01.01.2010 года по 01.01.2018 года.

6. Предприятие в 2010 году приобрело станок, не требующий монтажа, за 250 тыс. руб. В 2013 году его передали дочерней организации по остаточной стоимости 200 000 руб. Совокупный износ оборудования на дату оценки составляет 55%. Рассчитайте затраты на воспроизводство по состоянию на 2016 г. Индексы изменения стоимости оборудования к 200х году:

год	индекс
2009	1,052
2010	1,083
2011	1,097

2012	1,120
2013	1,144
2014	1,159
2015	1,184
2016	1,211
2017	1,219

7. Определить индекс изменения стоимости насосов производства США с 2007 по 2017 г. Индексы даны по отношению к 1964 году.

год	насосы
2006	108
2007	206
2008	210
...	...
2017	215
год	курс \$
2006	32
2007	35
2008	43
...	...
2017	60

8. С 01.01.2013 по 01.01.2010 индекс изменения цен составил 0,85, с 01.01.2013 по 01.01.2016 цены выросли на 110%, а с 01.01.2016 по 01.01.2018 упали в 1,4 раза. Найти среднегодовое изменение индекса за весь период.

9. Индекс цен с 01.01.2010 года по 01.01.2013 года равен 0,85, с 01.01.2013 года по 01.01.2015 года цены выросли на 110%, с 01.01.2015 года по 01.01.2018 года уменьшились в 1,4 раза. Найти среднегодовое изменение цен с 01.01.2018 по 01.01.2010

10. Оборудование произведено в России и вывезено за границу. Там оно стоит 140 000 долл. США с учетом вывозной пошлины. Потом его опять ввезли в Россию. Вывозная пошлина 18%, ввозная 12%. НДС не облагается. Какова стоимость в условиях России.

Задание 3.

Рассчитайте цены на товары и оборудование на основе следующих данных:

1. В 2012 году предприятием была приобретена новая гидротурбина за 2 000 000 долларов США. Курс доллара к рублю по состоянию на дату приобретения был равен 32. Определите затраты на воспроизводство данной гидротурбины в рублях, по состоянию на дату оценки, при условии, что курс доллара к рублю на дату оценки был равен 61, а индекс роста цен в США на подобные активы с 2012 по дату оценки составил 1,05.

2. Оборудование куплено в 2012 г. за 25000\$ со склада. Договор поставки включает в себя расходы на пошлину и ускоренную доставку 10 и 5 % соответственно. Курс на дату приобретения 40 руб./\$. Коэффициент роста цен в долларах 1.03. Курс на дату оценки 60 руб./\$. Определить рыночную стоимость.

3. Закупили оборудование в 2012 г. за 14 000 \$ со склада на условиях EXW (франко завод). Заключен договор поставки, который включает в себя расходы на таможенную пошлину и ускоренное оформление 10 и 5% соответственно. Курс на дату приобретения 30 руб./\$. Коэффициент роста цен в США в \$ 0,95. Курс дату оценки 60 руб./\$. Цена этого договора не изменилась на дату оценки. Найти рыночную стоимость.

4. Определить затраты на воспроизводство станка «JWC 2378-С» (без учета износа и устаревания, без учета НДС) на основании данных контракта на его точную копию. Оценка производится по состоянию на 2016 год. Все данные приведены без учета НДС и других косвенных налогов. Данные из контракта:

Модель:	JWC 2378-С
---------	------------

Вес:	27 тонн
Страна-производитель:	Никарагуа
Год производства:	2016
Цена оборудования:	450 000 NIO
Затраты на монтаж:	158 000 рублей
Затраты на пуско-наладочные работы:	84 000 рублей
Увеличение срока действия гарантии:	48 000 рублей
Величина таможенной пошлины:	3 000 рублей
Стоимость доставки:	120 000 рублей
Надбавка за ускоренную доставку:	26 000 рублей

Курс никарагуанской кордобы по состоянию на дату оценки: 1 NIO = 2 RU.

5. Предприятие приобрело оборудование за 10 млн. руб. Монтаж и пуско - наладка обошлись предприятию в 2 млн. руб. При этом, часть работ по монтажу была выполнена хоз. способом, за счёт чего было сэкономлено 1 млн. руб. Определить величину затрат на воспроизводство оборудования.

6. Стоимость нового оборудования (Цон) составляет 100 ден. ед. У объекта оценки оставшийся срок жизни 10 лет. Нормативный срок жизни 15 лет. Стоимость оборудования в зависимости от износа описывается формулой $Ц_{оо} = Ц_{он} * (1 - \exp(-0,4 * ХВ))$, где ХВ - хронологический возраст. Определить рыночную стоимость объекта оценки (Ц_{оо}).

7. В 2012 году оборудование американского производства куплено через российского дилера за 30 000 000 руб. Доставка, монтаж, пуско-наладка осуществлялись российскими компаниями и составили 800 000 руб. Курс валюты на 2017 год – 60 руб./ долл.США. В 2017 году цены на СМР в России по отношению к 2012 году выросли в 5,0 раз. Цена на оборудование в США выросла в 1,75 раза. Найти стоимость воспроизводства, если курс доллара в 2012 году был 23,5 руб.

8 Предприятие в начале 2010 года приобрело станок, не требующий монтажа, за 250 тыс. руб. Его текущая (восстановительная) стоимость в бухучете на начало 2017 г. составляет 400 000 руб. (стоимость изменялась за счет переоценок и учета стоимости ремонтов), остаточная стоимость 150 000 руб. Совокупный износ оборудования на дату оценки составляет 55%. Индекс изменения стоимости оборудования с начала 2010 года по начало 2017 г. составит 1,4. Рассчитайте рыночную стоимость оборудования на начало 2017 г.

9. В 2010 году за 200 000 долларов приобретено оборудование в Германии на условиях FCA (включает оформление документации на таможне). Дата оценки 2017, в 2010 году индекс был 1,259, в 2017 году индекс был 1,358. Доставка, монтаж, все пошлины составляют 10% от стоимости приобретения. Стоимость импортных пошлин составляет 5% объекта. Курс доллара на 2010 год 30 руб., на дату оценки 65 руб. Определить рыночную стоимость, округлить до тыс. руб.

10. Определить рыночную стоимость станка в г. Самаре с учетом НДС. Станок был приобретен в Германии за 350 000 евро. Индекс цен на аналогичное оборудование в еврозоне за период с 01.01.1999 по 10.02.2004 составил 1,54, а в период с 10.01.1999 по 15.10.2016 – 2,12. Поставка произведена на условиях DDP (включает таможенное оформление, доставку и монтаж). Дата поставки – 10.02.2004. Дата оценки – 15.10.2016. Таможенная пошлина составляет 10%. Затраты на доставку и монтаж составляют 20%. Курс евро на 10.02.2004 составлял 35,10 руб./евро, а на 15.10.2016 – 70,18 руб./евро.

11. Оборудование было поставлено на баланс по первоначальной стоимости 5 000 000 руб. При этом известно, что стоимость пуско-наладочных работ, монтажа и транспортировки составила 30 процентов от стоимости приобретения. Нужно определить рыночную стоимость, если известно, что индекс роста цен на СМР составил 20 %, индекс роста цен на оборудование составил 10%. Округлить до тысяч рублей.

12. Предприятие заказало сборочную линию в США за 20 млн. долл. без учета НДС и других косвенных налогов (на условиях EXW (склад продавца при заводе)). Масса линии 80 тонн. Доставка оплачивается отдельно и состоит из фиксированной суммы 0,5 млн. долл. и надбавки 0,1 млн. долл. США за каждую дополнительную тонну оборудования массой более 50 тонн. Таможенная пошлина составляет 5% от стоимости линии (без учета доставки). Монтаж и пуско-наладка осуществлялись

российскими подрядчиками, расходы составили 100 млн. руб. Определить затраты на воспроизводство линии в установленном состоянии в рублях без учета НДС, если курс доллара составляет 60 руб. за доллар.

13. Определить рыночную стоимость дробилки по состоянию на 30.05.2017 г. Страна производитель – Германия. Индекс евростата с 2000 по 2010 год - 1,84, индекс с 2000 по 2017 г. - 2.27. Курс на 30.05.2010 – 32 рубля/евро, на 30.05.2017 – 58 руб./евро. Дробилка приобретена 30.05.2010 г. за 450 000 евро. На условиях FCA (перевозка оплачена до терминала таможни в Германии и включает экспортные таможенные пошлины). Затраты на доставку и ввод в эксплуатацию составляют 30% от цены оборудования. Импортная пошлина 8%.

14. Предприятием в 2007 году поставлено на баланс оборудование, произведенное в Германии. Первоначальная балансовая стоимость 5 000 000 руб. Затраты на монтаж осуществлены российской компанией и составляют 30% от стоимости оборудования. Рассчитать стоимость затрат на воспроизводство на 2010 г., если стоимость СМР в России за это время выросла на 20%. Курс Евро на 2007 год - 32 руб., на 2010 год - 72 руб. Рост цен на аналогичное оборудование в Еврозоне - 1,3 за указанный период.

15. Стоимость приобретения у завода-изготовителя производственной линии А, показатель производительности которой равен 50 000 единиц в год, составляет 4 100 000 евро без НДС; стоимость приобретения производственной линии Б с производительностью 40 000 единиц в год - 3 400 000 евро без НДС. Определите затраты на замещение (без НДС) смонтированной линии С производительностью 60 000 единиц в год с использованием коэффициента торможения, а также при условии, что прямые расходы для данных активов составляют 32% от стоимости приобретения.

Раздел 2 Партнерские отношения и воздействие внешней среды и внутренней среды на функционирование организации (формируемые компетенции ПК-5, ПК-6)
Тема 2.1. Партнерские отношения в бизнесе.

Вопросы к обсуждению по теме:

1. Деловое взаимодействие в бизнесе
2. Деловое взаимодействие власти и бизнеса
3. Международное взаимодействие в бизнесе
4. Направления сотрудничества с деловыми партнерами с целью обмена опытом и расширения внешних связей
5. Основу формирования взаимовыгодного сотрудничества с деловыми партнерами
6. Порядок формирования и подписания соглашений с деловыми партнерами при реализации проектов
7. Принципы формирования взаимовыгодного сотрудничества с деловыми партнерами
8. Управление партнерскими взаимоотношениями
9. Факторы, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность компании

КЕЙС-СИТУАЦИЯ 1. «МАРКЕТИНГ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ»

Каждому посетителю, пришедшему в офис туристской фирмы «Созвездие», вручается открытка с фотографией сотрудников, подпись под которой гласит: «Мы Вас внимательно слушаем. Это бесплатное письмо, адресованное директору фирмы г-ну Павлову О.И.» На обратной стороне открытки посетитель читает: «Мы благодарим Вас за то, что Вы обратились к нам. Ведь именно благодаря нашим клиентам мы стали одним из лидеров туристского рынка. Для того чтобы сохранить за собой позиции, нам необходимо знать, что мы делаем неправильно. Предложения и замечания относительно обслуживания потребителей, какими бы незначительными они ни были, мы примем с благодарностью.

Каждое из них будет внимательно рассмотрено г-ном Павловым О. И.».

Вопросы и задания

1. Какие цели преследует фирма «Созвездие», используя такой прием работы с посетителями?
2. Почему фактор удовлетворенности или неудовлетворенности клиента играет такую большую роль в туристском бизнесе? Ответ аргументируйте, приведите подтверждающие примеры и результаты опубликованных в литературе исследований.
3. Туристские предприятия, ориентированные на потребителя, стараются удовлетворять его в большей мере, чем конкуренты, но не стремятся добиться максимально возможного уровня удовлетворения потребителя. Как вы думаете, почему? Согласуется ли это с концепцией маркетинга?
4. Почему детальное исследование модели принятия покупательского решения помогает разработать более эффективные маркетинговые стратегии для завоевания и удержания потребителей? Насколько универсальна эта модель?
5. Как можно уменьшить у клиентов чувство осознанного диссонанса?

Практическое занятие 2.

Цель занятия: рассмотреть особенности управления персоналом в целях наилучшего обслуживания клиентов.

Форма проведения – семинар-дискуссия

Рекомендуемые вопросы для обсуждения:

Почему важно управлять взаимоотношениями «служащий – клиент»?

Назовите подходы к обучению торгового персонала эффективным продажам?

Назовите шаги по разработке программы построения отношений «клиент – служащий»?

Какова причина высокой рентабельности инвестиций в реагирование на жалобы?
Почему на практике с жалобами обращаются лишь немногие покупатели?
Что показывает пирамида «Проблема-жалоба»?
Каков наилучший способ реагирования на жалобу?
Охарактеризуйте этапы построения эффективной системы реагирования на жалобы?

Практическое занятие 3.

Цель – изучить особенности управления лояльностью клиентов.

Задание

Построение программы повышения лояльности клиентов

Вы являетесь менеджером одного из предприятий. На данный момент предприятие находится в стадии зрелости жизненного цикла, и достигло точки насыщения. Одним из вариантов продления нахождения на стадии зрелости и увеличения товарооборота предприятия является повышение лояльности клиентов. В связи с этим, Вам необходимо подготовить подробный письменный доклад на предмет внедрения программы повышения лояльности клиентов предприятия с методическими разработками и ориентировочными расчетами.

Предлагаемые сферы деятельности предприятий (выбрать одну):

1. гостиничное предприятие;
2. розничное предприятие, вовлеченное в сферу торговли продуктами питания/спорттоварами;
3. оптовое предприятие, занимающееся пиломатериалами/компьютерной техникой;
4. предприятие общепита;
5. образовательное учреждение/консалтинговая фирма по вопросам маркетинга и менеджмента;
6. собственное предприятие (при выборе включить описание деятельности).

Методические указания:

Отчет должен состоять из следующих блоков (объем – 15 - 20 страниц):

1. Важность повышения потребительской лояльности применительно к предприятию выбранной сферы деятельности.
2. План оценки потребительской лояльности с указанием метода и подробным его описанием (и соответствующей подготовкой методических материалов: анкет, таблиц и т.д.)
3. Подробный план программы повышения лояльности клиентов.
4. Расчет затрат на внедрение программы повышения лояльности.

Критерии оценки:

1. Полнота раскрытия вопросов
2. Реалистичность проекта и расчетов

Дайте ответы на предлагаемые вопросы:

1. Какие способы позволят повысить лояльность клиентов?
2. Что может сделать менеджер по управлению проектами, чтобы устранить все или некоторые причины, вызывающие отток клиентов?

Тема 2.2. Внешняя и внутренняя среда функционирования бизнеса

Вопросы к обсуждению по теме:

1. Факторы внешней среды, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность
2. Факторы внутренней среды, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность
3. SWOT – анализ на предприятии
4. PEST – анализ на предприятии
5. Диаграмма Исикавы
6. Методы принятия управленческих решений
7. Дерево целей

Кейс 1. «Внешняя и внутренняя среда предприятия»

Цели работы: изучение особенностей функционирования предприятий и освоение умения работать в группе.

Задачи:

1. изучить источники информации о деятельности юридических лиц на территории РФ
2. охарактеризовать основные признаки предприятия как юридического лица
3. дать оценку эффективности работы предприятия на основе SWOT-анализа
4. применить возможности MS Power Point для оформления презентации отчета об итогах работы

Этапы:

1) Студенты учебной группы разбиваются на подгруппы по 3-4 человека. Преподаватель назначает для каждой группы объект исследования, из представленных в списке:

ПАО НЛМК,
ПАО Газпром,
ПАО Мечел,
ПАО Русал,
ПАО Газпром-нефть,
ПАО Сбербанк,
ПАО Северсталь,
ПАО Лукойл
ПАО ВТБ
ПАО Альфа-банк

2) Студенты в группах проводят поиск информации об особенностях деятельности предприятия на официальных сайтах компаний и сайтах, раскрывающих квартальную отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать квартальную отчетность эмитента за 1 квартал текущего года в формате pdf или word .

3) Для формирования отчета каждой группе необходимо рассмотреть следующие вопросы:

- полное наименование предприятия
- организационно-правовая форма
- форма собственности
- размеры
- вид деятельности
- специализация
- отраслевые риски, страновые и региональные риски, финансовые риски, риски, связанные с деятельностью эмитента, правовые риски
- материалы, товары (сырье) и поставщики эмитента
- рынки сбыта продукции (работ, услуг) эмитента и факторы, влияющие на сбыт продукции
- планы будущей деятельности эмитента
- совместная деятельность эмитента
- участие эмитента в промышленных, банковских и финансовых группах, холдингах, концернах и ассоциациях
- состав, структура и стоимость основных средств эмитента, информация о планах по приобретению, замене, выбытию основных средств, а также обо всех фактах обременения основных средств эмитента
- факторы, оказавшие влияние на изменение размера выручки от продажи эмитентом товаров, продукции, работ, услуг и прибыли (убытков) эмитента от основной деятельности
- анализ тенденций развития в сфере основной деятельности эмитента

4) на основе изученной информации сформировать матрицу SWOT на основе анализа внутренней и внешней среды предприятия. На основании внутреннего исследования анализируются сильные и слабые стороны компании, анализ внешней среды позволяет выявить возможности и угрозы для развития компании.

В процессе проведения обследования внешней среды оценивается привлекательность рынка и другие возможности и угрозы внешней среды.

Оценивая привлекательность рынка, следует обратить внимание на:

- Тенденции рынка. Целью анализа тенденций рынка является описание развития спроса в каждом из сегментов рынка;
- Поведение покупателей. Необходимо оценить поведение покупателя при покупке, использовании и владении товара, покупательские привычки, анализ имиджа торговой марки или компании;
- Структура сбыта. Здесь необходимо оценить ожидаемое состояние сети дистрибуции, ожидания и мотивацию партнеров кампании;
- Конкурентную среду. Оцените в этом разделе анализа поведение потребителей и поставщиков, угрозу товаров субститутов (заменителей), барьеры входа на рынок.

Кроме того, важное влияние на успешность компании могут оказывать следующие факторы внешней макросреды, на которые, как правило компания влиять не может:

- Законодательство и политическая среда, ожидаемые или возможные его изменения. Законодательные акты и другие нормативные документы, которые могут повлиять на работу компании. Например, для многих торговых и производственных компаний критически важными являются изменения в таможенном законодательстве, особенно для малого и среднего бизнеса. Экономическое положение страны, региона. Изменение показателей ВВП, возможные крупные изменения в экономике, которые могут повлиять на вашу компанию, ожидаемая инфляция и ее влияние на бизнес.
- Социально-демографические факторы;
- Изменение технологий. Также бывает критическим, особенно если на рынке ожидается появление товаров-субститутов, которые могут превратить товар компании в «устаревший хлам»;
- Международная среда оказывает влияние на многие, но не все компании, в меньшей степени на малый бизнес;
- Экологическая среда также должна учитываться некоторыми компаниями;

В процессе проведения обследования внутренней среды компании оцениваются ресурсы фирмы, ее бизнес-процессы, анализируется конкурентоспособность. Ключевые факторы анализа

- Менеджмент. Оценивается потенциал сотрудников компании высшего и среднего уровня, их квалификация, мотивация, лояльность.
- Маркетинг, включая анализ коммуникационной программы (реклама, личные продажи, PR), сравнение рекламной активности с конкурентами, эффективность собственных маркетинговых усилий;
- Персонал, уровень квалификации и заинтересованности, соответствие мотивационных программ целям и задачам организации
- Анализ системы сбыта компании, потребностей и запросов торговых партнеров, распределения объемов продаж по членам сети дистрибуции, типам посредников (опт, розница), выделение приоритетных дилеров и т.д.;
- Анализ продуктового портфеля. Оцениваются текущие и ожидаемые объемы продаж, доля рынка, прибыльность по каждому из продуктов или продуктовой группе, качество, имидж марки;
- Анализируются приоритетные конкуренты, их доля рынка, возможные преимущества по издержкам, цене, имидж их товаров, их конкурентное поведение текущее и возможное, их основные слабости;
- Наличие устойчивого конкурентного преимущества, например, ресурсной базы, недоступной ближайшим конкурентам или патентованных технологий;
- Анализ ценовой политики, ценовая эластичность спроса, возможные максимально приемлемые цены для товаров компании, сравнение с ценами конкурентов, политика скидок и других программ стимулирования сбыта.

Пример заполнения матрицы приведен в таблице.

Матрица SWOT- анализа

<i>Сильные стороны</i>	<i>Возможности</i>
1. Опыт работы компании – боле 10 лет на Российском рынке 2. Известность торговой марки X владельцам розничных торговых точек 3. Разработанная система обучения	1. Стабилизация экономической ситуации повлекла за собой увеличение уровня жизни населения. 2. Ненасыщенный российский рынок представляет практически

новых сотрудников 4. Традиции высокого качества обслуживания 5. Налаженные партнерские отношения с поставщиками, предоставляющими товар на разумных кредитных условиях.	неограниченные возможности для роста. 3. Процесс «омоложения» владельцев розничного бизнеса
<i>Слабые стороны</i>	<i>Угрозы</i>
1. Система компенсации сотрудников, не стимулирующая к увеличению продаж. 2. Большой процент текучести кадров на уровне низшего и среднего звена –30% в год. 3. Узкий ассортимент и недостаточное количество товаров высокой категории качества в ассортиментном ряду. 4. Отсутствие инвестирования в маркетинг за исключением минимально необходимых средств на размещение рекламы.	1. Высокая подверженность влиянию изменения законодательства и регулятивных мер. 2. Изменение таможенных процедур и пошлин может резко снизить рентабельность бизнеса 3. Некоторые конкурирующие компании используют неофициальные каналы ввоза товара, что снижает конкурентоспособность цен компании. 4. На рынок выходит и набирает популярность товар близкий по характеристикам к товару-заменителю СТОК

5) формирование отчета и создание презентации в MS Power Point

Структура отчета:

1) краткая характеристика предприятия:

- наименование предприятия
- организационно-правовая форма
- форма собственности
- размеры
- вид деятельности
- специализация
- отраслевая принадлежность
- проблемы в деятельности предприятия

2) опишите внутреннюю и внешнюю среду предприятия, составьте матрицу SWOT- анализа

3) выводы и предложения о развитии предприятия

Кейс 2 «Школа нейл-арта»

В начале 2010-х годов Николай М. принял решение открыть студию нейл-арта в городе Ростове чтобы финансово поддержать своих дочерей, уехавших в этот город учиться. Николай уже имел представление об особенностях ведения бизнеса в этой сфере: ранее его жена руководила салоном красоты, а сам он осуществлял продажу оборудования для подобных салонов.

Компания начала работать только спустя два года. Дочь Николая, Вера М., зарегистрировалась в качестве индивидуального предпринимателя и при поддержке отца арендовала помещение размером в 40 квадратных метров. Салон располагался в спальном районе и первое время в нем работали всего два мастера. В его функции входило не только предоставление услуг, но и обучение мастеров, а также продажа профессиональных материалов. Однако проходимость была очень низкой, в среднем за неделю компанию посещали два клиента, а мастера регулярно увольнялись, не проработав и трех месяцев. Вера была вынуждена реже посещать институт и начать самостоятельно выполнять функции одного из мастеров. Помимо этого она привлекла свою младшую сестру, Катю М., в то время обучающуюся по специальности «декоративно-прикладное искусство» и имевшую навыки по созданию эскизов.

Год спустя сестры начали посещать тематические выставки, на которых познакомились с мастерами из другого города и получили от них приглашение по проведению мастер-класса. Так началось активное развитие курсов маникюра и педикюра, количество учеников неуклонно росло: первый курс посещали всего трое учеников, а уже на третий было записано семеро. Ученики начали приезжать из других городов и регионов, занятия начали проводиться каждый день.

В 2017–2018 годах Екатериной было написано несколько книг и пособий по дизайну ногтей, выпущенных под брендом их школы. Ознакомившись с опубликованными книгами, мастера из

других городов обратились в компанию с просьбой на получение разрешения по открытию школы дизайна ногтей в своих городах. Так компания начала обучать инструкторов, которые становились преподавателями в школах дизайна. Вскоре и за границей были открыты школы, обучающие по программе компании.

В 2018 году сестры запустили свою линию материалов для дизайна ногтей, что повысило число запросов на открытие школ под их брендом до 10–20 в год. Бренд стал официально зарегистрированным, и компания запустила собственную франшизу, заменявшую прежнюю схему ведения бизнеса, в которой обучением занимались единичные инструктора — представители компании.

Обороты компании превышали 4,5 миллиона рублей, из которых 2 приходилось на салон, около миллиона — на школы и 1,5 миллиона на продажу материалов различных брендов.

Сестры обнаружили, что качество услуг сильно отличалось в различных школах сети. Это было обусловлено использованием разных материалов в зависимости от предпочтений мастеров. Было принято решение организовать собственное производство, и первыми были выпущены гелевые краски в тюбиках, затем материал, дающий эффект песка на ногтях.

После того как число мастеров в салоне достигло 18 человек, компания сменила арендуемое помещение на четырехэтажное здание, построенное за счет собственных средств. Компания не совершала инвестиций в рекламу, за исключением одного эксперимента, в рамках которого на местном канале был показан рекламный видеоролик. Результатом эксперимента стало появление небольшого числа клиентов (около пяти человек), которые, в свою очередь, порекомендовали услуги компании своим родственникам и знакомым.

Несмотря на бурное развитие, к 2019 году компания все еще не вышла на положительную прибыль. После обращения в консалтинговую компанию и проведения маркетингового исследования обнаружилось, что ключевой проблемой являются компании, копирующие новые продукты, выпускаемые сестрами, и продающие их дешевле. Более того, школы производили большое количество мастеров, которые после обучения работали под иными брендами и использовали материалы других компаний.

В 2020 году, руководствуясь полученной информацией компания приняла решение развивать дистрибуцию материалов через их продвижение в салонах красоты и меньше внимания уделять развитию школ и магазинов. В результате следования новой стратегии удалось увеличить долю салонов, использующих материалы компании (в Ростове), с 13 до 60%, маржинальность — до 10–20%, а штат менеджеров по продажам был расширен с 3 до 12 человек.

На данный момент в компании работают 160 сотрудников, школы компании открыты в 54 регионах России и 17 странах мира. Общий оборот оценивается в 350 млн рублей в год, из которых на школы приходится около 150 млн, а на линейку средств для дизайна ногтей — 200 миллионов.

Вопросы к кейсу:

1. Опишите этапы, которые прошла компания в своем развитии.
2. Проанализируйте бизнес-модель компании на последнем этапе ее развития.
3. Какие факторы внешней среды повлияли на изменения стратегии компании?
4. Какие еще факторы внешней среды могут повлиять на ее деятельность?

Тема 2.3. Конкурентная среда компании

Вопросы к обсуждению по теме:

1. Понятие конкуренции.
2. Субъекты конкуренции.
3. Фирма как основной субъект конкуренции.
4. Роль конкуренции в реализации принципа «невидимой руки» А.Смита. Поведенческий, структурный и функциональный подходы к определению конкуренции.
5. Основные виды конкуренции и их значение.
6. Конкурентоспособность продукции.
7. Конкурентоспособность отрасли и региона.
8. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность фирмы.
9. Конкуренция на рынке труда.
10. Конкуренция и НТП.
11. Конкурентная стратегия фирмы на основе узкой специализации.

12. Конкурентные стратегии в сфере крупного производства.
13. Конкурентные стратегии в сфере радикальных инноваций. Конкурентные стратегии в сфере мелкого бизнеса.
14. Конкурентоспособность сообщества фирм.
15. Формирование конкурентного рынка товаров в России.
16. Необходимость государственной политики по содействию развитию конкуренции на региональных рынках.
17. Роль информации в развитии международной конкуренции.
18. Неэкономические факторы конкурентоспособности страны.
19. Развитие конкуренции в экономике СССР.

Кейс 1. Конкуренция на рынке телевизоров

Анализ состояния рынка телевизоров в 2005 г., проведенный в ряде регионов России (Московская, Волгоградская, Ростовская, Нижегородская области, республика Татарстан, Краснодарский край), показал следующее. Ведущие позиции на рынках рассматриваемых регионов занимали телевизоры известных мировых производителей: Sony, Panasonic, Samsung, Philips и др. Модели телевизоров этих фирм наиболее часто встречаются в торговых предприятиях регионов. Первые три фирмы предлагают свою продукцию более чем в трети торговых фирм любого из регионов. Более широко продукция этих фирм представлена в Москве.

Телевизоры стран ближнего зарубежья представлены в торговле большинства регионов в среднем в 10% фирм, исключая Москву и Московскую область, где их продают 1—2% магазинов. В основном это белорусские телевизоры «Горизонт» и «Витязь».

Отечественные телевизоры также представлены более чем в 10% магазинов регионов (в Москве и Московской области — лишь в немногих магазинах). Чаще всего это телевизоры "Юность" и «Рекорд» московского и владимирского заводов. В Нижегородской и Ростовской областях в торговле наиболее представлены телевизоры АО «Нител».

Импортные телевизоры ведущих фирм, как правило, представлены в отечественной торговле широким ассортиментом цветных телевизоров как по диагонали экрана (от 37 до 72 см), так и по техническим возможностям. Наибольший удельный вес занимают телевизоры с диагональю экрана 51 и 54 см, реже 37 см. В этих же нишах работали заводы стран ближнего зарубежья.

Отечественные марки телевизоров занимают чаще всего другие ниши: 34, 37 и 61 см. Кроме того, велик удельный вес черно-белых моделей.

+Анализ уровня цен на телевизоры с различными диагоналями экрана показал, что наиболее высокие цены имеют телевизоры иностранных фирм, обладающих высоким рейтингом в мире и ведущих активную рекламную кампанию на российском рынке: Panasonic, Sony, Philips. Цены других фирм, таких, как Samsung, Funai, на 15—20% ниже. Как правило, цены на аналогичные телевизоры, произведенные в странах ближнего зарубежья, еще ниже (на 30—40%). Отечественные телевизоры, хотя имеют еще более низкие цены (примерно на 50—60%), спросом практически во всех исследуемых регионах не пользуются. Можно говорить лишь о более или менее удовлетворительном положении отечественных телевизоров на рынках Нижегородской и Ростовской областей.

Задания:

1. Определите конкурентную структуру российского рынка телевизоров на период анализа.
2. Установите типы конкуренции на рынке телевизоров по трем источникам их поступления на рынок.
3. Предложите конкурентную стратегию для отечественных телевизоров.

Кейс 2. Как «пластилиновое кафе Диду» выдерживает конкуренцию в центре Москвы

Отрасль	Кафе и рестораны; общественное питание
Компания, бренд	Кафе «Диду»
Год	2009 – 2020
Первоисточник	Максим Горячев - владелец

Источник	Ольга Егорова (автор), Бизнес.ру https://www.business.ru/article/1099-plastilinoe-kafe-didu-istoriya-otom-kak-vylepit-uspeshnyy-biznes-v-tsentre-moskvy?
Автор-«упаковщик»	Березин Игорь
Принял (акцептовал)	Птуха Анастасия
Проблема	Конкуренция среди кафе и ресторанов в центре Москвы огромная. Работать наемным управляющим сетевого заведения или брать франшизу Максим Горячев не хотел.
Задача	Создать самобытное, уникальное кафе с устойчивой лояльной клиентурой. <i>«Нужна фишка на которую пойдут люди»</i>
Решение	Было решено создавать интерьер руками гостей, дав им возможность в ожидании заказа слепить что-нибудь из пластилина. И затем украсить этими «поделками» интерьер кафе. Название «Диду» происходит от наименования южноамериканского тукана, который первые месяцы был символом и талисманом заведения. Приветствуется общение официантов с гостями. Официанты могут подсесть и расспрашивать гостей о семье, о поездках, шутить с гостями, и даже намного их «троллить». Официанты могут быть в костюмах полицейских, пожарных, медсестер, ковбоев и т.д. Информация о необычном кафе быстро распространилась среди друзей, знакомых и студентов крупного ВУЗа (ВШЭ), находящегося неподалеку, методом «сарафанного радио». Инстаграмм как один из основных каналов привлечения новых клиентов. Практикуются различные акции. Например, было закуплено 1000 пар мужских и 1000 пар женских тапочек, на них были нанесены логотипы кафе. Тапочки вручались посетителям за положительное сообщение в социальных сетях.
Трудности	Высокая конкуренция в центре Москвы (ул. Мясницкая) Отсутствие (практическое) мест для парковки автомобилей на ул. Мясницкой и соседних. В месяц «Диду» потребляет тонну пластилина. Случались сбои в поставках, это раздражало посетителей. Пришлось наладить прямые поставки от производителя. Необходимость «утилизации» поделок, т.к. они не помещаются. В январе 2017 программа «Ревизорро» пришла в кафе с подставными актерами и «подкидными» тараканами. Пришлось с ней судиться. После чего программа пришла в кафе повторно, и в эфир вышла хвалебная рецензия. Обычные для ресторанного бизнеса проблемы с персоналом. Проблемы, связанные с проведением ремонтных работ в центре Москвы, особенно – летом 2017 года.
Стоимость	Размер инвестиций (частных) не раскрывается. Банковское кредитование не привлекалось.

Результат	Кафе начало приносить прибыль через 4 месяца после открытия в 2009 году. И стабильно работает в течение 11 лет. За это время на ул. Мясницкой поменялось более 70% арендаторов из числа заведений общественного питания. Особенно удачным стал летний сезон 2018 года в связи с проведением в России чемпионата мира по футболу. И правильной подготовкой «Диду» к этому событию.
-----------	---

Оцените конкурентную стратегию компании и сделайте вывод.

**Раздел 3. Планирование затрат и оценка рисков в принятии управленческих решений
(формируемые компетенции ПК-7, ПК-8)**

Тема 3.1. Планирование затрат и результатов деятельности компании

Задание 1. Годовая программа по оборудованию топографо-геодезического производства составляет 4800 единиц. На изготовление одного аппарата (прибора, изделия) требуется 10 кг материала, который поступает на фирму ежеквартально. Страховой (гарантийный) запас материала установлен 20 дней. Определить общую и полезную площадь помещения для хранения материала, если допустимая нагрузка на 1 м² пола – 1,5 т. Коэффициент использования площади – 0,65. Организация поставок осуществляется в течение года – 253 дня.

Задание 2. В отчетном периоде предприятия выпустило изделий А в количестве 500 ед. изделий В – 300 ед. Цена изделия А – 12 тыс. руб., изделия В – 31 тыс. руб. Стоимость прочей продукции для реализации на сторону – 700 тыс. руб. Материальные затраты составляют 45% товарной продукции. Размер незавершенного производства на конец периода увеличился на 96 тыс. руб. Стоимость остатков нереализованной продукции составляет 200 тыс. руб. и 250 тыс. руб. на начало и конец периода соответственно. Определите объем валовой, реализационной и условно – чистой продукции предприятия

Задание 3. Определите производственный план для бригады на планируемый год по следующим данным; численность бригады — 20 чел. по плану, 15 чел. в базисном периоде; плановый фонд рабочего времени на 1 чел.а — 1640 ч; задание по росту производительности — 20%; объем продукции, выпущенной в базисном году, — 600 м; фактически отработано в базисном году 1 чел.ом — 1858 ч.

Задание 4. Определите годовую производственную мощность предприятия по следующим данным: режим работы предприятия непрерывный; время простоев в плановых ремонтах — 10 дней в году; 3 смены по 7 ч каждая; техническая производительность единицы оборудования — 30 мин на деталь; количество единиц оборудования — 10.

Задание 5. Определите производственный план для бригады на планируемый год по следующим данным; численность бригады — 20 чел. по плану, 15 чел. в базисном периоде; плановый фонд рабочего времени на 1 чел.а — 1640 ч; задание по росту производительности — 20%; объем продукции, выпущенной в базисном году, — 600 м; фактически отработано в базисном году 1 чел.ом — 1858 ч.

Задание 6. Потребление материалов за 10 дней в стоимостном выражении составляет 72 тыс.руб., цена одной тонны 2 тыс.руб. Интервал плановой поставки составляет 8 дней., страховой запас 2 дня, транспортный запас – 1 день, технологический запас – 3% от суммы планового, страхового и транспортного запаса. Определить общую стоимость поставки материальных ресурсов в натуральном и стоимостном выражении.

Задание 7. Фирма занимается финансово-хозяйственной деятельностью, реализует продукцию (работы, услуги) в различные регионы. Общий объем производства продукции (работ, услуг) составляет 1000 единиц. В табл. приведены элементы затрат, которые несет предприятие в процессе производства и реализации продукции (работ, услуг). Рассчитать себестоимость единицы продукции (работ, услуг).

Исходные данные:

Элементы затрат	Стоимость затрат (по условию задачи)	Стоимость на единицу продукции
1. Материальные затраты на единицу продукции	500 руб.	

2. Вспомогательные материалы на весь объем производства	42 000 руб.	
3. Заработная плата на одну единицу продукции	36 руб.	
4. Расходы на освоение и подготовку производства	30 % от заработной платы	
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования		
6. Накладные расходы на весь объем производства	70 % от предыдущих элементов затрат	
Итого	130 000 руб. Итого	

Задание 8. Рассчитать средневзвешенную цену 1 кг сахара, проданного торговой фирмой в отчетном и базисном периодах, а так же индекс изменения цен (коэффициент пересчета, отражающий изменение цен в отчетном периоде с учетом инфляции), используя данные табл.

Квартал года	Количество проданного сахара (кг) в базисном году	Цена 1 кг сахара в базисном году	Количество проданного сахара (кг) в отчетном году	Цена 1 кг сахара в отчетном году
1	4000	12	4000	18
2	5000	14	5000	19
3	7000	16	7000	20
4	9000	18	9000	21
Итого	Определить?		Определить?	

Задание 9. Определить состав и структуру цены, если себестоимость одного изделия составляет 60 руб., рентабельность изделия — 15%, ставка НДС — 18%, торговая наценка — 40%.

Задание 10. Определить цену изделия (без НДС и с НДС) и затраты на 1 рубль товарной продукции, если полная себестоимость изделия – 90 руб., рентабельность продукции – 25%, ставка НДС – 20%.

Задание 11. Объем валовой продукции на предприятии – 4000 шт. в год. Затраты на сырье составляют 42 руб. на единицу продукции или 80% производственной себестоимости продукции. Затраты на реализацию продукции и прочие внепроизводственные расходы – 10% производственной себестоимости продукции. Рассчитать цену (без НДС) и прибыль от реализации всей продукции, если планируемая рентабельность продукции 30%

Задание 12. Себестоимость единицы продукции в отчетном году составила 16 млн руб., а рентабельность продукции – 35%. В плановом периоде предполагается повысить себестоимость единицы продукции на 2% из-за удорожания материальных ресурсов, но снизить рентабельность продукции на 5%. Рассчитать, как изменилась цена продукции и прибыль предприятия от реализации партии продукции 280 шт.

Задание 13. Себестоимость одного изделия составила 185 руб., а цена 224 руб. Из-за низкого спроса на продукцию предприятие снизило цену до 210 руб. и реализовало 2600 изделий. Рассчитать

рентабельность продукции до и после снижения цены и сумму недополученной прибыли предприятием.

Задание 14. Фирма занимается экспортными поставками продукции. Затраты на сырье – 180 руб. на одно изделие. Затраты на обработку сырья – 28% его стоимости. Коммерческие расходы – 10% производственной себестоимости, а прибыль запланирована в размере 20% полной себестоимости изделия. Рассчитать цену изделия без НДС и с НДС (ставка НДС берется по данным текущего периода).

Задание 15. Рассчитать цену изготовления рекламного продукта, если полная себестоимость единицы продукции – 25 тыс. руб., прибыль - 9 тыс. руб.; НДС – 5,32 тыс. руб., прибыль и расходы сбытовых организаций – 3 тыс. руб.; торговых организаций – 5 тыс. руб.

Задание 16. Производственная себестоимость изделия равна 290 тыс. руб.; непроизводственные расходы – 5%; плановый уровень рентабельности – 16%; НДС – 20%. Рассчитать полную себестоимость единицы изделия, расчетную цену предприятия, оптовую (отпускную) цену предприятия.

Задание 17. Себестоимость автомобиля составляет 65 000 денежных единиц. Прибыль предприятия-изготовителя составляет 30% себестоимости. Автомобиль поступает в розничную торговлю с предприятия-изготовителя. Торговая надбавка составляет 25% к цене предприятия. Рассчитать розничную цену автомобиля и удельный вес каждого элемента в розничной цене. НДС – 20%.

Задание 18. Определить оптовую (отпускную) цену предприятия – цену изготовителя продукции при следующих исходных данных: прямые (технологические) затраты на изделие – 750 руб. косвенные (накладные) расходы – 250 руб. прибыль предприятия – 200 руб. скидка с оптовой цены предприятия – 60 руб. НДС – 20%

Задание 19. Определить оптовую (отпускную) цену товара при следующих исходных данных: материальные затраты – 700 руб. затраты на оплату труда – 200 руб. отчисления на социальные нужды – 80 руб. амортизация основных фондов - 60 руб. прочие затраты – 160 руб. уровень рентабельности – 20% НДС – 20%

Тема 3.2. Эффективность использования финансовых ресурсов и налоговых льгот

Задание 1. Исходные данные для задачи:

	Объем производства	Переменные затраты на единицу измерения, руб.
Вариант 1	1000	110
Вариант 2	2000	125
Вариант 3	3000	140

В плановом периоде постоянные издержки предприятия составляют 100 000 руб. Средняя цена реализации единицы товара – 180 руб. Переменные затраты в зависимости от объемов производства продукции меняются следующим образом:

Определить критический объем производства при соответствующих переменных и постоянных затратах. Рассчитать какой вариант производственной программы наиболее выгоден предприятию в плановом периоде. Отобразите на рисунке «точку безубыточности».

Задание 2. Рассчитать точку безубыточности и эффект операционного рычага (CVP-анализ) по данным таблицы. На основе расчетных данных определить, как изменится прибыль, если выручка от реализации увеличится на 10%, или снизится на 5,5%.

Показатель	Сумма, тыс. руб.	Процент, %
1. Выручка от реализации (В)	500	100
2. Переменные затраты (V)	250	Определить?
3. Маржинальная прибыль Р?	Определить?	Определить?
4. Постоянные расходы (С)	100	
5. Финансовый результат (прибыль) Р	Определить?	

Задание 3. Рассчитать методом прямого счета валовую прибыль (тыс. руб.) фирмы на основании данных таблицы.

Показатели	Сумма тыс. руб.
Плановый объем продаж	
А) по отпускным ценам фирмы	313075
Б) по полной себестоимости	199 858
Доходы от внереализационных операций, в том числе:	
А) доходы по ценным бумагам	610
Б) доходы от долевого участия в деятельности других фирм	510
Операционные доходы:	
А) от прочей реализации	500
Б) арендные платежи	800
Операционные расходы	
А) от прочей реализации	89
Б) на обслуживание имущества сданного в аренду	200
Внереализационные доходы:	
А) поступления в возмещение причиненных фирме убытков	2000
Б) курсовые разницы	2500
Внереализационные расходы	
А) курсовые разницы	1700
Б) налог на имущество	500

Тема 3.3. Оценка рисков в принятии управленческих решений

Оценить риск банкротства предприятия

1) Студенты учебной группы разбиваются на подгруппы по 3-4 человека. Преподаватель назначает для каждой группы объект исследования, из представленных в списке:

ПАО НЛМК,
 ПАО Газпром,
 ПАО Мечел,
 ПАО Русал,
 ПАО Газпром-нефть,
 ПАО Сбербанк,
 ПАО Северсталь,
 ПАО Лукойл
 ПАО ВТБ
 ПАО Альфа-банк

2) Студенты в группах проводят поиск информации об особенностях деятельности предприятия на официальных сайтах компаний и сайтах, раскрывающих квартальную отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать квартальную отчетность эмитента за 1 квартал текущего года в формате pdf или word .

3) Для формирования отчета каждой группе необходимо рассмотреть следующие вопросы:

- полное наименование предприятия
- организационно-правовая форма
- форма собственности
- размеры
- вид деятельности
- специализация
- отраслевые риски, страновые и региональные риски, финансовые риски, риски, связанные с

деятельностью эмитента, правовые риски

4) на основе модели оценки банкротства:

А. Альтмана

Б. Беликова-Давыдовой

Рассчитать риск банкротства предприятия

По результатам расчетов сделать вывод, необходимый для принятия управленческих решений.

Номер темы для выполнения реферата определяется по таблице:

Первая буква фамилии студента	№ темы реферата
А	1.
Б	2.
В	3.
Г	4.
Д	5.
Е, Ё	6.
Ж	7.
З	8.
И	9.
К	10.
Л	11.
М	12.
Н	13.
О	14.
П	15.
Р	16.
С	17.
Т	18.
У	19.
Ф	20.
Х	21.
Ц	22.
Ч	23.
Ш	24.
Щ	25.
Э	26.
Ю, Я	27.

Примерная тематика рефератов по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» (по Разделу 1 - 5 семестр) (формируемые компетенции ПК-1, ПК-4)

1. Понятие внутренней и внешней среды управления (ПК-1; 31)
2. Внутренняя среда управления бизнеса (ПК-1; 31)
3. Внешняя среда управления бизнеса (ПК-1; 31)
4. Конкурентоспособность бизнеса в современных условиях (ПК-1; 32)
5. Принципы определения конкурентоспособности бизнеса (ПК-1; 32)
6. Методы определения конкурентоспособности бизнеса (ПК-1; 32)
7. Стратегическое планирование среды бизнеса (ПК-1; 33)
8. Механизм управления процессом производства и продаж на предприятии (ПК-4; 31)
9. Организационно-экономический механизм управления процессом производства (ПК-4; 31)
10. Организационно-экономический механизм управления процессом продаж (ПК-4; 31)
11. Организационно-правовые аспекты планирования на предприятии (ПК-4; 32)
12. Организационно-правовые аспекты планирования производства в малом бизнесе (ПК-4; 32)
13. Организационно-правовые аспекты планирования продаж на предприятии (ПК-4; 32)
14. Организационно-правовые аспекты управления продуктом на предприятии (ПК-4; 32)
15. Организационно-правовые аспекты планирования расчета цен в бизнесе (ПК-4; 32)
16. Методы ценообразования в бизнесе (ПК-4; 31)
17. Рыночные методы ценообразования на предприятии (ПК-4; 32)
18. Стратегии ценообразования на предприятии (ПК-4; 32)

19. Стратегия снятия сливок в ценообразовании (ПК-4; 32)
20. Факторы конкурентоспособности предприятия (ПК-1; 32)
21. Методы планирования производства (ПК-4; 31)
22. Методы организации продаж в бизнесе (ПК-4; 31)
23. Инструменты управления бизнесом (ПК-4; 31)
24. Стратегические ресурсы предприятия (ПК-1; 33)
25. SWOT – анализ на предприятии (ПК-1; 32)
26. PEST – анализ на предприятии (ПК-1; 32)
27. Методы принятия управленческих решений (ПК-1; 32)

Примерные темы рефератов по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» (по Разделу 2 - 6 семестр) (формируемые компетенции ПК-5, ПК-6)

1. Принципы формирования взаимовыгодного сотрудничества с деловыми партнерами (ПК-5; 31)
2. Основу формирования взаимовыгодного сотрудничества с деловыми партнерами (ПК-5; 31)
3. Порядок формирования и подписания соглашений с деловыми партнерами при реализации проектов (ПК-5; 32)
4. Управление партнерскими взаимоотношениями (ПК-5; 32)
5. Деловое взаимодействие власти и бизнеса (ПК-5; 32)
6. Направления сотрудничества с деловыми партнерами с целью обмена опытом и расширения внешних связей (ПК-5; 33)
7. Деловое взаимодействие в бизнесе (ПК-5; 33)
8. Международное взаимодействие в бизнесе (ПК-5; 33)
9. Факторы, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность компании (ПК-6; 31)
10. Факторы внешней среды, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность (ПК-6; 31)
11. Факторы внутренней среды, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность (ПК-6; 31)
12. Направления исследования предпринимательской среды при создании собственного дела (ПК-6; 32)
13. Методы исследования предпринимательской среды при создании собственного дела (ПК-6; 32)
14. Инструменты исследования предпринимательской среды при создании собственного дела (ПК-6; 32)
15. Предпринимательской среда и бизнес (ПК-6; 32)
16. Предпринимательской среда и малый бизнес (ПК-6; 32)
17. Предпринимательской среда в корпорации (ПК-6; 32)
18. Направления и методы исследования предпринимательской среды при создании собственного дела (ПК-6; 32)
19. Методы конкурентного анализа в отраслях экономики (ПК-6; 33)
20. Методы конкурентного анализа промышленной сфере (ПК-6; 33)
21. Методы конкурентного анализа в сфере торговли (ПК-6; 33)
22. Методы конкурентного анализа в сельскохозяйственной сфере (ПК-6; 33)
23. Технологию проведения обзора рынка (ПК-6; 34)
24. Технологию проведения регионального обзора рынка (ПК-6; 34)
25. Модели прогнозирования спроса на товары и услуги (ПК-6; 32)
26. Управление собственным бизнесом (ПК-6; 32)
27. Источники информации для принятия управленческого решения (ПК-6; 34)

Примерная тематика рефератов по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» (по Разделу 3 - 7 семестр) (формируемые компетенции ПК-7, ПК-8)

1. Направления государственной поддержки малого предпринимательства (ПК-7; 31)
2. Направления государственной поддержки среднего предпринимательства (ПК-7; 31)
3. Направления региональной поддержки малого и среднего предпринимательства (ПК-7; 31)

4. Направления местной поддержки малого и среднего предпринимательства (ПК-7; 31)
5. Основные направления финансового обеспечения деятельности предприятия малого бизнеса (ПК-7; 32)
6. Направления финансового обеспечения деятельности предприятия малого бизнеса (ПК-7; 32)
7. Источники финансирования стартапов (ПК-7; 33)
8. Виды и сущность стартапов в развитии экономики страны (ПК-7; 33)
9. Зарубежный опыт развития стартапов (ПК-7; 33)
10. Источники риска и неопределенности при осуществлении деятельности (ПК-8; 31)
11. Неопределенность и риск в принятии управленческих решений (ПК-8; 31)
12. Методы оценки рисков (ПК-8; 31)
13. Виды оценки рисков (ПК-8; 31)
14. Методы оценки риска банкротства предприятия (ПК-8; 31)
15. Зарубежные модели оценки риска банкротства предприятия (ПК-8; 31)
16. Российские модели оценки риска банкротства предприятий (ПК-8; 31)
17. Основные этапы жизненного цикла организации (ПК-8; 32)
18. Этапы жизненного цикла организации (ПК-8; 32)
19. Особенности жизненного цикла бизнеса (ПК-8; 32)
20. Приемы обеспечения устойчивой позиции организаций в условиях перемен и риска (ПК-8; 33)
21. Методы обеспечения устойчивой позиции организаций в условиях перемен и риска (ПК-8; 33)
22. Методы анализа финансово-хозяйственной деятельности компании (ПК-7; 32)
23. Оценка эффективности использования финансовых ресурсов на предприятии (ПК -7; 3)
24. Риск в принятии инвестиционных управленческих решений (ПК-8; 31)
25. Риск в принятии финансовых управленческих решений (ПК-8; 31)
26. Риск в принятии текущих управленческих решений (ПК-8; 31)
27. Риск и современные реалии (ПК-8; 31)

Практическое задание (Кейс к Разделу 1 (5 семестр))**Таблица выбора варианта выполнения кейса**

	Первая буква фамилии студента
<u>Кейс 1</u>	<u>А-Л</u>
<u>Кейс 2</u>	<u>М-Я</u>

Кейс 1. Провести анализ стратегии развития предприятия***(ПК-1: У1, У2, У3, В1, В2, В3******ПК-4; У1, У2, У3, В1, В2, В3)******Исходные данные***

1) Студенты учебной группы выбирают кейс для работы. Проанализировать следующие организации (ПАО):

ПАО Газпром-нефть,

2) Студенты в проводят поиск информации об особенностях деятельности предприятия на официальных сайтах компаний и сайтах, раскрывающих годовую отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать годовую отчетность эмитента за предыдущий год в формате pdf или word .

3) Для формирования отчета каждой группе необходимо рассмотреть следующие вопросы:

- полное наименование предприятия
- организационно-правовая форма
- форма собственности
- размеры
- вид деятельности
- специализация
- отраслевые риски, страновые и региональные риски, финансовые риски, риски, связанные с деятельностью эмитента, правовые риски

Задание к Кейсу:

1. Проанализировать конкурентную среду предприятия, текущее состояние бизнеса, стратегические ресурсы и направления деятельности, профиль способностей и конкурентный профиль (ПК-1; У1)

2. Проработать стратегию развития бизнеса на будущий период (ПК-1; У2)

3. Проанализировать производственную, сбытовую и ценовую политику на основе системного подхода (ПК-4; У1)

4. На основе собранной информации проработать цели и пути развития ПАО (ПК-4; У2)

5. Всесторонне обосновать бизнес-модель компании (ПК-4; У4)

6. Провести SWOT, PEST анализ компании (ПК-1; В1)

7. На основе полученной и проанализированной информации построить «дерево целей» и матрицу БКГ (ПК-1; В2; В3)

8. На основе собранной и проанализированной информации, используя современные технологии обработки информации описать исходя из целеположений эффективную бизнес-модель компании (ПК-4; В1, В2, В3)

Кейс 2. Провести анализ стратегии развития предприятия

(ПК-1: У1, У2, У3, В1, В2, В3

ПК-4; У1, У2, У3, В1, В2, В3)

Исходные данные

1) Студенты учебной группы выбирают кейс для работы. Проанализировать следующие организации (ПАО):

ПАО НЛМК,

2) Студенты в проводят поиск информации об особенностях деятельности предприятия на официальных сайтах компаний и сайтах, раскрывающих годовую отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать годовую отчетность эмитента за предыдущий год в формате pdf или word .

3) Для формирования отчета каждой группе необходимо рассмотреть следующие вопросы:

- полное наименование предприятия
- организационно-правовая форма
- форма собственности
- размеры
- вид деятельности
- специализация
- отраслевые риски, страновые и региональные риски, финансовые риски, риски, связанные с деятельностью эмитента, правовые риски

Задание к Кейсу:

9. Проанализировать конкурентную среду предприятия, текущее состояние бизнеса, стратегические ресурсы и направления деятельности, профиль способностей и конкурентный профиль (ПК-1; У1)

10. Проработать стратегию развития бизнеса на будущий период (ПК-1; У2)

11. Проанализировать производственную, сбытовую и ценовую политику на основе системного подхода (ПК-4; У1)

12. На основе собранной информации проработать цели и пути развития ПАО (ПК-4; У2)

13. Всесторонне обосновать бизнес-модель компании (ПК-4; У4)

14. Провести SWOT, PEST анализ компании (ПК-1; В1)

15. На основе полученной и проанализированной информации построить «дерево целей» и матрицу БКГ (ПК-1; В2; В3)

16. На основе собранной и проанализированной информации, используя современные технологии обработки информации описать исходя из целепологаний эффективную бизнес-модель компании (ПК-4; В1, В2, В3)

Практическое задание (Кейс к Разделу 2 (6 семестр))**Таблица выбора варианта выполнения кейса**

	Первая буква фамилии студента
<u>Кейс 1</u>	<u>А-Л</u>
<u>Кейс 2</u>	<u>М-Я</u>

Кейс 1. Провести анализ стратегии развития предприятия***(ПК-1: У1, У2, У3, В1, В2, В3******ПК-4; У1, У2, У3, В1, В2, В3)******Исходные данные***

1) Студенты учебной группы выбирают кейс для работы. Проанализировать следующие организации (ПАО):

ПАО Лукойл

2) Студенты в проводят поиск информации об особенностях деятельности предприятия на официальных сайтах компаний и сайтах, раскрывающих годовую отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать годовую отчетность эмитента за предыдущий год в формате pdf или word .

3) Для формирования отчета каждой группе необходимо рассмотреть следующие вопросы:

- полное наименование предприятия
- организационно-правовая форма
- форма собственности
- размеры
- вид деятельности
- специализация
- отраслевые риски, страновые и региональные риски, финансовые риски, риски, связанные с деятельностью эмитента, правовые риски

Задание к Кейсу:

17. Предложить идею сотрудничества в рамках развития бизнеса (ПК-5; У1)
18. Определить потребность в информации, которая необходима для более эффективного раскрытия информации. Описать дополнительные источники информации (ПК-1; У2; У3)
19. Придумать способы для оперативного и точного интерпретирования информации для деловых партнеров компании (ПК-5; У4; У5)
20. Выявить сформировать информации относительно удовлетворения потребностей компании (ПК-6; У1)
21. На основе собранной информации по анализу рынка и конкурентной среды, разработать программу по формированию удовлетворения спроса и оценить эффективность такой программы ПАО (ПК-6; У2, У3)
22. Оценить воздействие внешней среды и внутренней среды на функционирование организации (ПК-6; У4)
23. На основе современных технологий показать как может быть налажено эффективное взаимодействие по сотрудничеству с различными заинтересованными субъектами (ПК-5; В1)
24. Выявить основных конкурентов компании в данной отрасли (ПК-6; В1)
25. Определите как можно увеличить спрос на продукцию компании на основе разработки программы по формированию и удовлетворению спроса (ПК-6; В2; В3)
26. Выявите тенденции развития данного предприятия на прогнозный период (1-5 лет) (ПК-6; В1, В4)

Кейс 2. Провести анализ стратегии развития предприятия

(ПК-1: У1, У2, У3, В1, В2, В3

ПК-4; У1, У2, У3, В1, В2, В3)

Исходные данные

1) Студенты учебной группы выбирают кейс для работы. Проанализировать следующие организации (ПАО):

ПАО Мечел

2) Студенты в проводят поиск информации об особенностях деятельности предприятия на официальных сайтах компаний и сайтах, раскрывающих годовую отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать годовую отчетность эмитента за предыдущий год в формате pdf или word .

3) Для формирования отчета каждой группе необходимо рассмотреть следующие вопросы:

- полное наименование предприятия
- организационно-правовая форма
- форма собственности
- размеры
- вид деятельности
- специализация
- отраслевые риски, страновые и региональные риски, финансовые риски, риски, связанные с деятельностью эмитента, правовые риски

Задание к Кейсу:

1. Предложить идею сотрудничества в рамках развития бизнеса (ПК-5; У1)

2. Определить потребность в информации, которая необходима для более эффективного раскрытия информации. Описать дополнительные источники информации (ПК-1; У2; У3)

3. Придумать способы для оперативного и точного интерпретирования информации для деловых партнеров компании (ПК-5; У4; У5)

4. Выявить сформировать информации относительно удовлетворения потребностей компании (ПК-6; У1)

5. На основе собранной информации по анализу рынка и конкурентной среды, разработать программу по формированию удовлетворения спроса и оценить эффективность такой программы ПАО (ПК-6; У2, У3)

6. Оценить воздействие внешней среды и внутренней среды на функционирование организации (ПК-6; У4)

7. На основе современных технологий показать как может быть налажено эффективное взаимодействие по сотрудничеству с различными заинтересованными субъектами (ПК-5; В1)

8. Выявить основных конкурентов компании в данной отрасли (ПК-6; В1)

9. Определите как можно увеличить спрос на продукцию компании на основе разработки программы по формированию и удовлетворению спроса (ПК-6; В2; В3)

10. Выявите тенденции развития данного предприятия на прогнозный период (1-5 лет) (ПК-6; В1, В4)

Практическое задание (Кейс к Разделу 3 (7 семестр))**Таблица выбора варианта выполнения кейса**

	Первая буква фамилии студента
<u>Кейс 1</u>	<u>А-Л</u>
<u>Кейс 2</u>	<u>М-Я</u>

Кейс 1. Провести анализ стратегии развития предприятия***(ПК-1: У1, У2, У3, В1, В2, В3******ПК-4; У1, У2, У3, В1, В2, В3)******Исходные данные***

1) Студенты учебной группы выбирают кейс для работы. Проанализировать следующие организации (ПАО):

ПАО Роснефть

2) Студенты в проводят поиск информации об особенностях деятельности предприятия на официальных сайтах компаний и сайтах, раскрывающих годовую отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать годовую отчетность эмитента за предыдущий год в формате pdf или word .

3) Для формирования отчета каждой группе необходимо рассмотреть следующие вопросы:

- полное наименование предприятия
- организационно-правовая форма
- форма собственности
- размеры
- вид деятельности
- специализация
- отраслевые риски, страновые и региональные риски, финансовые риски, риски, связанные с деятельностью эмитента, правовые риски

Задание к Кейсу:

27. Проанализировать предлагаемые варианты управленческих решений по планированию затрат и результатов деятельности с выбором наиболее оптимальных (ПК-7; У1)
28. Определять эффективность бизнеса (ПК-7; У2)
29. Рассчитывать потребность в финансовых средствах, необходимых для создания конкретного собственного дела в современных российских условиях (ПК-7; У3)
30. Идентифицировать проявления рисков в современной хозяйственной практике (ПК-8; У1)
31. Выявлять риски предпринимательской деятельности по их разновидностям (ПК-8; У2)
32. Идентифицировать этап жизненного цикла организации и сопутствующие ему риски (ПК-8; У3)
33. Применить механизмы управления неопределенностью хозяйственной деятельности для ПАО (ПК-8; У4)
34. Проанализировать выбранные управленческие решения на основе данных выше и определить наиболее эффективный из них (ПК-7; В1)
35. Выявить риск банкротства предприятия на основе финансово-хозяйственной деятельности ПАО или его отсутствия и указать пути снижения этих рисков (ПК-8; В1; В2; В3)

Кейс 2. Провести анализ стратегии развития предприятия

(ПК-1: У1, У2, У3, В1, В2, В3

ПК-4; У1, У2, У3, В1, В2, В3)

Исходные данные

1) Студенты учебной группы выбирают кейс для работы. Проанализировать следующие организации (ПАО):

ПАО Северсталь

2) Студенты в проводят поиск информации об особенностях деятельности предприятия на официальных сайтах компаний и сайтах, раскрывающих годовую отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать годовую отчетность эмитента за предыдущий год в формате pdf или word .

3) Для формирования отчета каждой группе необходимо рассмотреть следующие вопросы:

- полное наименование предприятия
- организационно-правовая форма
- форма собственности
- размеры
- вид деятельности
- специализация
- отраслевые риски, страновые и региональные риски, финансовые риски, риски, связанные с деятельностью эмитента, правовые риски

Задание к Кейсу:

1. Проанализировать предлагаемые варианты управленческих решений по планированию затрат и результатов деятельности с выбором наиболее оптимальных (ПК-7; У1)
 2. Определять эффективность бизнеса (ПК-7; У2)
 3. Рассчитывать потребность в финансовых средствах, необходимых для создания конкретного собственного дела в современных российских условиях (ПК-7; У3)
 4. Идентифицировать проявления рисков в современной хозяйственной практике (ПК-8; У1)
 5. Выявлять риски предпринимательской деятельности по их разновидностям (ПК-8; У2)
 6. Идентифицировать этап жизненного цикла организации и сопутствующие ему риски (ПК-8; У3)
 7. Применить механизмы управления неопределенностью хозяйственной деятельности для ПАО (ПК-8; У4)
 8. Проанализировать выбранные управленческие решения на основе данных выше и определить наиболее эффективный из них (ПК-7; В1)
9. Выявить риск банкротства предприятия на основе финансово-хозяйственной деятельности ПАО или его отсутствия и указать пути снижения этих рисков (ПК-8; В1; В2; В3)

Итоговый тест «Практикум по управлению бизнесом» (к Разделу 1 (5 семестр))

1. Стратегия – это ...

А. качественно определенная, обобщенная модель долгосрочных действий организации, которые ей необходимо осуществить для достижения поставленных целей посредством распределения и координации своих ресурсов;

В. отдельный сегмент окружения, на который фирма имеет (или хочет получить) выход;

С. качественная сторона критерия оценки результатов деятельности фирмы в настоящем и в перспективе;

Д. количественная сторона критерия оценки результатов деятельности фирмы в настоящем и будущем.

2. Стратегия организации это:

а) деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка;

б) практическое использование методологии стратегического управления;

в) генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей;

г) обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов

3. В чем состоит назначение SWOT-анализа:

А. оценка слабых и сильных сторон компании, а также открывающихся перед ней внешних возможностей и подстерегающих опасностей;

В. формирование стратегии использования нововведений;

С. распределение финансовых ресурсов между видами деятельности с целью оптимизации отдачи от портфеля компании в целом;

Д. анализ основан на интуиции сотрудников фирмы при составлении стратегического плана.

4. Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности это:

а) функциональная стратегия

б) бизнес-стратегия

в) корпоративная стратегия

г) стратегия

5. Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей – это:

а) функциональная стратегия

б) бизнес-стратегия

в) корпоративная стратегия

г) стратегия

6. Стратегия организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка) – это:

а) функциональная стратегия

б) бизнес-стратегия

в) корпоративная стратегия

г) стратегия

7. Стратегия подразделения по производству бытовых холодильников многоотраслевой электротехнической организации – это:

а) функциональная стратегия

- б) бизнес-стратегия
- в) корпоративная стратегия
- г) стратегия

8. Эволюционное развитие из стратегического планирования, которое составляет его сущностную основу, это:

- а) стратегическое планирование
- б) среднесрочное планирование
- в) долгосрочное планирование
- г) стратегическое управление

9. К способам снижения проектного риска относится

- а) мотивирование
- б) планирование
- в) диверсификация
- г) контроль

10. Жизненный цикл проекта – это:

- а) стадия реализации проекта
- б) стадия проектирования проекта
- в) временной промежуток между моментом обоснования инвестиций и моментом, когда они окупились
- г) временной промежуток между моментом появления, зарождения проекта и моментом его ликвидации, завершения – верный ответ
- д) временной промежуток между моментом получения задания от заказчика и моментом сдачи проекта заказчику

11. Что является основной целью сетевого планирования:

- а) Управление трудозатратами проекта
- б) Снижение до минимума времени реализации проекта
- в) Максимизация прибыли от проекта
- г) Определение последовательностей выполнения работ
- д) Моделирование структуры проекта

12. Основные различия между стратегическим управлением на коммерческом предприятии и в государственном учреждении

- А. на коммерческом предприятии можно организовать стратегическое управление, а в государственном учреждении – нельзя;
- В. на коммерческом предприятии есть миссия, а в государственном учреждении ее нет;
- С. различий нет;
- Д. имеются различия в способах формирования миссии и целей, в способах мониторинга и контроля, в характере ответственности, в способах оценки деятельности.

13. Стратегический выбор – это

- А) высшее руководство отслеживает наиболее важные для будущего корпорации факторы, называемые стратегическими факторами
- б) формирование альтернативных направлений развития предприятия, их оценка, выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации
- в) разработка программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии
- г) прогнозирование внешней среды и разработка способов адаптации предприятия к её изменениям

14. Стратегический анализ – это

- а) высшее руководство отслеживает наиболее важные для будущего корпорации факторы, называемые стратегическими факторами

- б) формирование альтернативных направлений развития предприятия, их оценка, выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации
- в) разработка программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии
- г) прогнозирование внешней среды и разработка способов адаптации предприятия к её изменениям

15. Понимание термина «угрозы и возможности» в буквальном смысле

- А. анализ угроз и возможностей — это стандартная процедура в стратегическом управлении;
- В. обозначение благоприятных и неблагоприятных тенденций во внешней среде;
- С. художественный образ.

16. Реализация стратегии – это

- а) высшее руководство отслеживает наиболее важные для будущего корпорации факторы, называемые стратегическими факторами
- б) формирование альтернативных направлений развития предприятия, их оценка, выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации
- в) разработка программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии
- г) прогнозирование внешней среды и разработка способов адаптации предприятия к её изменениям

17. Цели, отражающие концепцию развития фирмы и разрабатывающиеся на длительную перспективу – это:

- а) стратегические
- б) общие
- в) специфические г
- г) перспективные

18. Что служит вертикальной осью диаграммы Ганта:

- а) Перечень ресурсов
- б) Длительности задач
- в) Перечень задач
- г) Длительность проекта
- д) Предшествующие задачи

19. Инструментами обратной связи с участниками канала товародвижения являются:

- а) рекламные акции
- б) маркетинговые исследования
- в) опросы и советы ведущих партнеров
- г) PR-компания

20. На каких трех показателях строится одна из классификаций покупателей?

- а) цель покупки, потребности, доход
- б) давность, частота, денежная ценность
- в) возраст, доход, количество покупок
- г) количество покупок, сумма покупок, количество купленных товаров

21. Что НЕ относится к методам планирования продаж?

- а) планирование снизу
- б) планирование сверху
- в) планирование объема продаж
- г) комбинированный метод

22. Планирование поступления заказов необходимо для:

- а) улучшения взаимосвязи между подразделениями компании
- б) внедрения электронного обмена данными
- в) сокращения возврата товаров
- г) выравнивания нагрузки канала товародвижения

23. Что НЕ является характеристикой доступности товаров для покупателей?

- а) информирование покупателей о товарах
- б) легкость приобретения товаров
- в) качество товаров
- г) надежность и скорость обслуживания

24. Что НЕ относится к функциям розничного предприятия?

- а) покупка у оптовых поставщиков и производителей партий товаров и размещение их в местах продаж
- б) сглаживание колебаний в поставках товаров, спросе и цене
- в) формирование ассортиментного предложения
- г) информирование о спросе поставщиков

25. Стратегия управления продажами включает разработку решений о типе канала товародвижения, его, масштабах, контроле и управлении каналами (укажите пропущенное слово)

- а) структуре
- б) участниках
- в) владельцах
- г) издержках

26. Наиболее ровно и гладко отношения в канале товародвижения складываются в случае:

- а) интенсивного распределения
- б) эксклюзивного распределения
- в) избирательного распределения

27. Что НЕ относится к составляющим стратегии управления продажами?

- а) целевая аудитория
- б) торговый персонал
- в) территория продаж
- г) бюджет продаж
- д) каналы товародвижения

28. Что НЕ относится к методам предотвращения конфликтов в каналах товародвижения

- а) улучшение информационного обмена
- б) формирование атмосферы партнерства
- в) увеличение поставок товаров
- г) обучение руководителей и специалистов

29. Что является первым этапом модели сложных продаж?

- а) разрешение сомнений покупателя
- б) знакомство с покупателем
- в) выявление путей удовлетворения потребностей покупателя
- г) формирование потребностей

30. Выделяют следующие группы факторов развития партнерских отношений в канале товародвижения:

- а) рациональные, функциональные, имиджевые
- б) внешние, внутренние, рыночные
- в) долгосрочные, среднесрочные, краткосрочные
- г) международные региональные, местные

31. Какие бывают виды каналов товародвижения?

- а) прямой, двухуровневый, многоуровневый
- б) собственный, арендованный, комбинированный
- в) государственный, муниципальный
- г) узкий, широкий

32. Что НЕ относится к функциям оптового предприятия?

- а) консультирует розничных покупателей в процессе совершения ими покупок
- б) принимает товары от производителя, размещает и хранит их на своих складах
- в) создает условия, удобные для приобретения товаров розничными торговцами
- г) сглаживает колебания в поставках товаров, спросе и цене

33. Эффективность отдела продаж - это:

- а) увеличение продаж при одновременном сокращении потребления ресурсов
- б) стабильный рост продаж
- в) сокращение издержек обращения
- г) качественное выполнение работниками своих должностных обязанностей

34. Что НЕ входит в понятие «управление продажами»?

- а) управление людьми, которые осуществляют продажи
- б) управление взаимоотношениями с клиентами
- в) управление процессами в области продаж
- г) управление маркетингом

35. Какого раздела нет в должностной инструкции начальника отдела продаж?

- а) права и ответственность
- б) общие положения
- в) оплата труда
- г) должностные обязанности

36. Конечное потребление благ людьми, населением для удовлетворения жизненных потребностей называется:

- а) потребление
- б) производственное потребление
- в) непроизводственное потребление

37. Объем и структура спроса зависят от:

- а) от набора ценовых и неценовых факторов
- б) от количества товаров и услуг
- в) от знания рынка и ценовой стратегии

38. Определение «Маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена» принадлежит:

- а) ААМ
- б) П. Друккеру

- в) Ф. Котлеру
- г) Г. Абрамишвили

39. Затраты на получение информации и ее обработку не должны превышать результат, получаемый от ее использования. Это утверждение характеризует следующее свойство маркетинговой информации:

- а) достоверность
- б) актуальность
- в) полнота
- г) релевантность
- д) сопоставимость
- е) доступность
- ж) экономичность

40. Классификация по стадиям обработки информации подразделяет информацию на:

- а) внутренняя и внешняя
- б) первичная и вторичная
- в) обработанная и необработанная
- г) общая и локальная
- д) количественная и качественная
- е) постоянная, переменная, эпизодическая
- ж) ретроспективная, текущая, прогнозная
- з) справочная, рекомендательная, нормативная, сигнальная

41. Сегментация рынка – это:

- а) маркетинговая задача определения места (позиции) нового товара в сознании потребителя
- б) процесс выбора одной или нескольких целей с установлением параметров допустимых отклонений для управления процессом осуществления идей
- в) подразделение потенциального рынка на группы

42. Объектами сегментации являются (убрать лишнее):

- а) потребители
- б) товары
- в) предприятия
- г) консалтинговые компании

43. Вид сегментирования, в котором рынки подразделяются по регионам, странам, отраслям называется:

- а) микросегментирование
- б) макросегментирование

44. Товарная политика – это:

- а) совокупность целенаправленных методов и принципов деятельности по управлению номенклатурой и ассортиментом товаров, удовлетворяющих потребности покупателей
- б) это принципы и методики определения цен на товары и услуги
- в) политика, направленная на поддержание и/или создание ситуации конкуренции на рынках посредством установления и обеспечения соблюдения правил, запрещающих отдельные способы поведения рыночных субъектов.

45. Позиционирование товара на рынке относится к следующему этапу маркетингового цикла:

- а) разработка комплекса маркетинг
- б) анализ рыночных возможностей
- в) претворение в жизнь маркетинговых мероприятий
- г) отбор целевых рынков

46. Назначения в MS Project это:

- а) связь конкретной задачи с ее длительностью
- б) связь конкретной задачи с ресурсами, выделенными для ее выполнения
- в) связь между задачами проекта
- г) связь между вехами проекта
- д) связь конкретной вехи с ресурсами, выделенными для ее выполнения

47. К основным функциям проект-менеджера по отдельным сферам деятельности не относится

- а) Установление взаимоотношения с вышестоящим руководством , клиентом, другими участниками проекта.
- б) Налаживание хороших отношений с общественными организациями, прессой, телевидением и т.д.
- в) Контроль выполнения планов и графиков командой проекта.
- г) Создание проектной документации и согласование ее с заказчиком.

48. Возможно ли использование метода ПЕРТ в среде MS Project 2010:

- а) Да
- б) Нет
- в) Возможно, но с некоторыми ограничениями

49. К способам снижения проектного риска относится

- а) мотивирование
- б) планирование
- в) диверсификация
- г) контроль

50. Принцип «метода критического пути» заключается в:

- а) Анализе вероятностных параметров длительностей задач лежащих на критическом пути
- б) Анализе вероятностных параметров стоимостей задач
- в) Анализе расписания задач – верный ответ
- г) Анализе вероятностных параметров стоимостей задач лежащих на критическом пути
- д) Анализе длительностей задач, составляющих критический путь

Итоговый тест «Практикум по управлению бизнесом» (к Разделу 2 (6 семестр))

1. Системный подход рассматривает любую организацию как ...
 - а) особую систему
 - б) элемент более общей системы
 - в) универсальный процесс
 - г) систему, состоящую из взаимосвязанных элементов
2. Организация является ...
 - а) открытой системой
 - б) закрытой системой
 - в) смешанной системой
 - г) скрытой системой
3. К основным функциям управления относятся...
 - а) планирование, организация, мотивация, контроль
 - б) планирование, принятие решений, мотивация, контроль
 - в) планирование, коммуникации, принятие решений, мотивация, контроль
 - г) планирование, принятие решений, контроль
4. К первичным потребностям относят...
 - а) власть, влияние, успех
 - б) общение, уважение, дружба
 - в) признание, отдых, успех
 - г) еда, отдых, воспроизведение рода
5. Теория А. Маслоу...
 - а) не учитывает индивидуальные особенности людей
 - б) вообще не признает существование индивидуальных потребностей
 - в) полностью учитывает индивидуальные особенности и потребности людей
 - г) частично учитывает индивидуальные потребности человека
6. Организационно-административные методы опираются на...
 - а) власть руководителя
 - б) доверие персонала
 - в) желание людей подчиняться
 - г) обязанности руководителя
7. К экономическим средствам воздействия относят...
 - а) приказы, установление должностных обязанностей
 - б) установление премий и санкций
 - в) создание условий социального роста
 - г) создание благоприятного климата в коллективе
8. Закономерности, в рамках которых реализуются связи (отношения) между различными структурами (элементами) управленческой системы, проявляющиеся при постановке практических задач управления – это ...
 - а) методы управления
 - б) принципы менеджмента
 - в) стили управления
 - г) объекты управления
9. Какие элементы включает внешняя среда прямого воздействия?
 - а) потребители, конкуренты, правительственные учреждения, поставщики, финансовые организации, источники трудовых ресурсов

б) экономические условия, конкуренты, потребители, неформальные организации, законодательство

в) экономическое состояние общества, конкуренты, потребители, законы, технология, информация.

г) материалы, конкуренты, потребители, ценности в обществе и общественные взгляды.

д) экономические условия, конкуренты и производители, неформальные организации, правительство, система ценностей в обществе, техника и технология.

10. Эффективность управления – это ...

а) относительная характеристика результативности деятельности

б) абсолютная характеристика результативности деятельности

в) среднее значение деятельности

г) качественная характеристика результативности деятельности

11. Дайте определение функции планирования. Выберите наиболее правильный ответ.

а) функция планирования дает ответ на вопрос: «Где мы находимся в настоящее время?».

б) функция планирования дает ответ на вопрос: «Куда мы хотим двигаться?».

в) функция планирования дает ответ на вопрос: «Как мы собираемся сделать это?».

г) функция планирования позволяет решить вопрос о целях организации и что должны делать члены организации для достижения этих целей.

д) функция планирования – это способ, с помощью которого руководство достигает максимальной эффективности организации.

12. Дайте характеристику этапам процесса планирования.

а) определение бизнеса, миссия бизнеса, функциональные стратегии, бюджетирование.

б) прогнозирование, выяснение и выбор вариантов развития, формулирование цели, разработка программы действий и составление графика работ, формирование бюджета, осуществление контроля.

в) анализ и оценка сложившегося технологического уровня производства, определение специальных мер для отбора технологий, могущих обеспечить конкурентоспособность продукции на внутреннем и мировом рынках.

г) изучение природы нового продукта, выявление типов рынков и состава потребителей, необходимых для реализации нового продукта, оценка эффективности программ освоения нового продукта.

д) анализ того, чем мы сейчас заняты, чему посвящен наш бизнес, оценка внешнего окружения, попытка ответить на вопрос: «Чем следует заниматься, что нужно изменить?».

13. Производительность является ...

а) качественной характеристикой эффективности

б) количественной характеристикой эффективности

в) абсолютной характеристикой эффективности

г) относительной характеристикой эффективности

14. Эффективность управления в широком смысле – это ...

а) эффективность функционирования системы в целом

б) результативность управленческой деятельности

в) результативность работы персонала

г) эффективность функционирования конкретного подразделения

15. Отношение полученного результата к затратам является показателем ...

а) экономической эффективности

б) социальной эффективности

в) социально-экономической эффективности

г) организационной эффективности

16. Выберите верное утверждение:

а) один стимул формирует один мотив

- б) «условия труда» не являются трудовым мотивом работников
- в) геймификация – это применение элементов игры в организации трудовой деятельности
- г) для мотивации всего персонала существует единый универсальный подход

17. Преднамеренное внешнее воздействие (со стороны организации) по отношению к работнику, побуждающее его к активности – это ...

- а) Мотивация
- б) Стимулирование
- в) Выявление трудовых мотивов
- г) Мониторинг удовлетворенности работников трудом

18. Воздействие на людей путем воспитания сознательного отношения к труду является особенностью...

- а) административных методов управления
- б) социально-психологических методов управления
- в) экономических методов управления
- г) организационных методов управления

19. Риск – это:

- а) неблагоприятное событие, влекущее за собой убыток
- б) все предпосылки, могущие негативно повлиять на достижение стратегических целей в течение строго определенного временного промежутка
- в) вероятность наступления стихийных бедствий либо технических аварий
- г) вероятность провала программы продаж.

20. Форма коммуникаций в виде потока информации от высшего уровня руководства к низовому – это ...

- а) восходящие
- б) нисходящие
- в) диагональные
- г) горизонтальные

21. Управленческое решение – это...

- а) процесс обмена информацией между уровнями управления
- б) выбор альтернативы, осуществляемой руководителями
- в) процесс анализа исходной информации
- г) столкновение интересов отдельных сторон

22. Какие методы управления предполагают прямое воздействие на объект управления?

- а) экономические
- б) социальные
- в) психологические
- г) организационно-административные

23. Какой из методов принятия решений характеризуется использованием имеющегося опыта решения подобных ситуаций на данном предприятии...

- а) метод аналогии
- б) метод «мозговой атаки»
- в) метод инверсии
- г) метод комиссий

24. В основе каких методов принятия решений лежит научно-практический подход, предлагающий обработку больших массивов информации?

- а) эвристических
- б) коллективных
- в) индивидуальных
- г) количественных

25. SWOT-анализ предусматривает выявление и подробное рассмотрение (выберите несколько):

- а) конкурентных преимуществ;
- б) сильных сторон фирмы
- в) благоприятных возможностей для бизнеса
- г) слабых сторон организации
- д) угроз для бизнеса.

26. Вы как руководитель задумались о необходимости изменения культуры в своей организации. Помня, что организационная культура — это сложнейшая композиция различных по уровню и содержанию отношений между людьми, что вы отнесете к ним из ниже перечисленного:

- а) технологии
- б) ценностные ориентации
- в) внешнее окружение
- г) «символику»

27. Основными характеристиками внешней среды являются:

- а) взаимозависимость факторов внешней среды
- б) изменчивость и сложность внешней среды
- в) неопределенность факторов внешней среды
- г) все ответы верны.

28. Формирование организационной структуры начинается с определения:

- а) целей
- б) функций управления
- в) подбора персонала
- г) штатного расписания

29. Наличие критериев, которые позволили бы определить, достигнута ли поставленная цель и в какой степени, означает:

- а) конкретность цели
- б) измеримость цели
- в) достижимость цели
- г) значимость цели

30. Назовите фактор внешней среды косвенного воздействия.

- а) поставщики материалов
- б) конкуренты
- в) задачи
- г) состояние экономики

31. Одной из характеристик внешней среды является...

- а) сложность
- б) предсказуемость
- в) управляемость
- г) стабильность

32. Одной из внутренних переменных организации является...

- а) структура организации
- б) законы и государственная власть
- в) потребители
- г) состояние экономики

33. Какие основные переменные в самой организации требуют внимания руководства?

а) цели, структура, объем управления, задачи и специализация, технология и механизация, люди.

б) разнообразие целей, цели подразделений, структура, задачи и характеристика задач, технология, люди.

в) цели, стратегия, задачи, технология, коммуникации.

г) цели, структура, специализация, задачи, технология, люди.

д) цели, структура, задачи, технология, люди.

34. Оценка состояния и перспектив развития, важнейших с точки зрения организации, субъектов и факторов окружающей среды прямого и косвенного воздействия – это ...

а) стратегическое управление

б) анализ внешней среды

в) анализ внутренней среды

г) планирование

35. Назовите фактор внешней среды прямого воздействия.

а) поставщики

б) состояние экономики

в) персонал фирмы

г) структура организации

36. Назовите признаки организации:

а) наличие цели

б) обособленность

в) экономическая эффективность

г) производство продукции

37. Стороны социального партнерства:

а) работники и уполномоченные государственные органы

б) работодатели и профессиональные союзы

в) работники и работодатели в лице уполномоченных представителей

38. Одна из форм осуществления социального партнерства:

а) участие работников в управлении организацией

б) выдвижение ультимативных требований руководству

в) организация дивизиональных структур в организации

39. Важнейшими чертами при партнерстве в предпринимательстве являются:

а) Риск и неопределенность, самостоятельность и свобода деятельности, опора на инновации

б) Постоянный поиск новых идей, риск, экономическая зависимость от макроэкономической ситуации в стране

в) Самостоятельность, оглядка на конкурентов, опора на инновации

40. Сдвиг маркетинговой практики от попыток максимизировать прибыль за счёт отдельных сделок к созданию прочных взаимовыгодных отношений с потребителями и другими лицами называется:

а) маркетинг продаж.

б) производственный маркетинг.

в) отличный маркетинг.

г) маркетинг отношений.

41. Какие переменные величины содержат модели взаимоотношений при покупке на рынке организаций?

а) общие цели;

б) доверие;

в) соперничество;

г) конкуренцию.

42. Ценовая политика – это искусство управления ценами и ценообразованием на продукцию в зависимости от:
- а) пожеланий покупателей
 - б) указаний руководства компании
 - в) ситуации на рынке
 - г) требований контрольных органов
43. На каких трех показателях строится одна из классификаций покупателей?
- д) цель покупки, потребности, доход
 - е) давность, частота, денежная ценность
 - ж) возраст, доход, количество покупок
 - з) количество покупок, сумма покупок, количество купленных товаров
44. Объем и структура спроса зависят от:
- а) от набора ценовых и неценовых факторов
 - б) от количества товаров и услуг
 - в) от знания рынка и ценовой стратегии
45. Однородная совокупность потребителей, одинаково реагирующая на потребительские свойства предлагаемого товара:
- а) клиенты
 - б) потребители
 - в) сегмент рынка
46. Сегментация рынка – это:
- а) маркетинговая задача определения места (позиции) нового товара в сознании потребителя
 - б) процесс выбора одной или нескольких целей с установлением параметров допустимых отклонений для управления процессом осуществления идей
 - в) подразделение потенциального рынка на группы
47. Объектами сегментации являются (убрать лишнее):
- а) потребители
 - б) товары
 - в) предприятия
 - г) консалтинговые компании
48. Вид сегментирования, в котором рынки подразделяются по регионам, странам, отраслям называется:
- а) микросегментирование
 - б) макросегментирование
49. В понятие «место продукции на рынке» входят (убрать лишнее):
- а) распределение продукции по рынку
 - б) расположение
 - в) складирование
 - г) реализация
 - д) сектор рынка
50. Моделирование проектов в Microsoft Project 2010 не позволяет решить следующую задачу:
- а) Рассчитать инвестиционную привлекательность проекта
 - б) рассчитать бюджет проекта и распределение запланированных затрат во времени
 - в) рассчитать распределение во времени потребностей проекта в основных материалах и оборудовании
 - г) определить оптимальный состав ресурсов (людей и механизмов) проекта и распределение во времени их плановой загрузки и количественного состава

д) разработать оптимальную схему финансирования работ, поставок материалов и оборудования

1. Прибыль от продаж рассчитывается:
 - а) Рассчитывается в соответствие с налоговым законодательством
 - б) Валовая прибыль – коммерческие расходы – управленческие расходы
 - в) Выручка – переменные расходы
 - г) Выручка – себестоимость продукции, товаров, работ, услуг.
2. Какой вид прибыли отражается в третьем разделе баланса:
 - а) Общая прибыль
 - б) Нераспределенная прибыль
 - в) Чистая прибыль
 - г) Маржинальная прибыль
3. Прибыль, числящаяся в балансе организации как нераспределенная, является частью
 - а) резервного капитала
 - б) собственного капитала
 - в) уставного капитала
 - г) добавочного капитала
4. Какие из перечисленных факторов, оказывают влияние на прибыль
 - а) отпускные цены на реализованную продукцию
 - б) изменение суммы налога на прибыль
 - в) себестоимости единицы продукции
 - г) изменение отложенных налоговых активов
5. Инвестиции в основные фонды называются:
 - а) финансовые инвестиции
 - б) капитальные вложения
 - в) портфельные инвестиции
 - г) маржинальный доход
6. К показателям дохода при расчете рентабельности относятся
 - а) валовая прибыль
 - б) чистые активы
 - в) чистая прибыль
 - г) прибыль от продаж
7. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств показывает:
 - а) величину прибыли, полученной на каждый рубль вложенных оборотных средств;
 - б) выручку, которую можно получить на 1 рубль, вложенный в оборотный капитал;
 - в) количество оборотов, которое должно быть совершено оборотными средствами для получения за конкретный период определённого объёма продаж;
 - г) ответы «б» и «в» верны.
8. Метод управления – это...
 - а) способ воздействия субъекта на объект управления
 - б) способ воздействия объекта на предмет управления
 - в) способ воздействия субъекта на субъект управления

г) способ воздействия субъекта на предмет управления

9. К характеристикам методов управления относят...

- а) направленность, организационную форму
- б) содержание, специфику, направленность
- в) организационную форму, содержание, направленность
- г) специфику, неопределенность, вязкость

10. Эффективность управления – это ...

- а) относительная характеристика результативности деятельности
- б) абсолютная характеристика результативности деятельности
- в) среднее значение деятельности
- г) качественная характеристика результативности деятельности

11. Производительность является ...

- а) качественной характеристикой эффективности
- б) количественной характеристикой эффективности
- в) абсолютной характеристикой эффективности
- г) относительной характеристикой эффективности

12. Эффективность управления в широком смысле – это ...

- а) эффективность функционирования системы в целом
- б) результативность управленческой деятельности
- в) результативность работы персонала
- г) эффективность функционирования конкретного подразделения

13. Отношение полученного результата к затратам является показателем ...

- а) экономической эффективности
- б) социальной эффективности
- в) социально-экономической эффективности
- г) организационной эффективности

14. Среднесрочные (тактические) планы разрабатываются на срок...

- а) до 5 лет
- б) до 1 года
- в) до 10 лет
- г) до 15 лет

15. Риск – это:

- а) неблагоприятное событие, влекущее за собой убыток
- б) все предпосылки, могущие негативно повлиять на достижение стратегических целей в течение строго определенного временного промежутка
- в) вероятность наступления стихийных бедствий либо технических аварий
- г) вероятность провала программы продаж.

16. Управление риском – это:

- а) отказ от рискованного проекта
- б) комплекс мер, направленных на снижение вероятности реализации риска
- в) комплекс мер, направленных на компенсацию, снижение, перенесение, принятие риска или уход от него
- г) комплекс мероприятий, направленных на подготовку к реализации риска

17. Коммерческий риск – это риск, возникающий:

- а) на коммерческих предприятиях
- б) при заключении коммерческих сделок
- в) в процессе реализации товаров или услуг
- г) в процессе производства товаров или услуг

18. На какие виды подразделяются финансовые риски?

- а) валютные
- б) денежные
- в) проектные
- г) риски распределения доходности

19. Методы управления рисками, основанные на четкой идентификации источников риска, носят название:

- а) методы диссипации риска
- б) методы компенсации риска
- в) методы уклонения от риска
- г) методы локализации риска

20. Управленческое решение – это...

- а) процесс обмена информацией между уровнями управления
- б) выбор альтернативы, осуществляемой руководителями
- в) процесс анализа исходной информации
- г) столкновение интересов отдельных сторон

21. Какие методы управления предполагают прямое воздействие на объект управления?

- а) экономические
- б) социальные
- в) психологические
- г) организационно-административные

22. Какой из методов принятия решений характеризуется использованием имеющегося опыта решения подобных ситуаций на данном предприятии...

- а) метод аналогии
- б) метод «мозговой атаки»
- в) метод инверсии
- г) метод комиссий

23. В основе каких методов принятия решений лежит научно-практический подход, предлагающий обработку больших массивов информации?

- а) эвристических
- б) коллективных
- в) индивидуальных
- г) количественных

24. Процесс принятия решений является...

- а) связующим процессом в управлении
- б) основной функцией управления
- в) конкретной функцией управления
- г) принципом управления

25. Метод страхования валютных рисков – это ...

- а) лизинг
- б) фрэнчайзинг
- в) хеджирование
- г) факторинг

26. К снижению объемов выпуска и преждевременному износу оборудования приводят...

- а) политические риски
- б) предпринимательские риски
- в) производственные риски
- г) валютные риски

27. Расширенное определение теории принятия управленческого решения:

- А) отождествляет процесс принятия управленческого решения со всем процессом управления;
- Б) Понимает процесс принятия управленческого решения как выбор наилучшего из множества;
- В) Понимает процесс принятия управленческого решения как выбор альтернативы руководителя;
- Г) Процесс мыслительной деятельности человека.

28. Узкое определение теории принятия управленческого решения:

- А) отождествляет процесс принятия управленческого решения со всем процессом управления;
- Б) Понимает процесс принятия управленческого решения как выбор наилучшего из множества;
- В) Процесс мыслительной деятельности человека;
- Г) Понимает процесс принятия управленческого решения как выбор альтернативы руководителя.

29. При каком значении величины риска в % говорят о повышенном риске:

- А) 15;
- Б) 20;
- В) 30;
- Г) свыше 35.

30. С чего начинается управленческий цикл для организаций:

- А) С возникновения проблемы, вызванной изменением условий функционирования организации;
- Б) С момента получения задания от вышестоящей управленческой структуры;
- В) С момента создания предприятия;
- Г) Нет верного ответа.

31. Важнейшими чертами предпринимательства являются:

- а) Риск и неопределенность, самостоятельность и свобода деятельности, опора на инновации
- б) Постоянный поиск новых идей, риск, экономическая зависимость от макроэкономической ситуации в стране
- в) Самостоятельность, оглядка на конкурентов, опора на инновации

32. Что лежит в основе любого предпринимательства?

- а) Четкая направленность на получение финансового результата
- б) Желание максимально удовлетворить потребности общества в товарах и услугах
- в) Желание занять максимально перспективную нишу на рынке

33. Отметьте потери, которые можно отнести к финансовым

- а) потери ценных бумаг
- б) невыполнение сроков сдачи объекта
- в) уплата дополнительных налогов
- г) потери рабочего времени
- д) уменьшение выручки вследствие снижения цен на реализуемую продукцию

34. Отметьте потери, которые можно отнести к потерям времени

- а) невыполнение сроков сдачи объекта
- б) потери ценных бумаг
- в) уменьшение выручки вследствие снижения цен на реализуемую продукцию
- г) уплата дополнительных налогов
- д) потери рабочего времени

35. Анализ риска – это.

- а) систематизация множества рисков на основании каких-либо признаков и критериев, позволяющих объединить подмножества рисков в более общие понятия
- б) систематическое научное исследование степени риска, которому подвержены конкретные объекты, виды деятельности и проекты
- в) начальный этап системы мероприятий по управлению рисками, состоящий в систематическом выявлении рисков, характерных для определенного вида деятельности, и определении их характеристик

36. Идентификация риска – это...

- а) систематизация множества рисков на основании каких-либо признаков и критериев, позволяющих объединить подмножества рисков в более общие понятия
- б) начальный этап системы мероприятий по управлению рисками, состоящий в систематическом выявлении рисков, характерных для определенного вида деятельности, и определении их характеристик
- в) систематическое научное исследование степени риска, которому подвержены конкретные объекты, виды деятельности и проекты

37. Снижение риска за счет распределения готовой продукции предприятия между несколькими рынками или контрагентами – это:

- а) диверсификация рынка сбыта (развитие рынка)
- б) диверсификация видов хозяйственной деятельности
- в) диверсификация закупок
- г) диверсификация инвестиций

38. Процесс снижения риска за счет увеличения разнообразия видов деятельности, рынков сбыта или каналов поставок носит название:

- а) конвергенция
- б) фокусирование
- в) диверсификация
- г) дифференцирование

39. Снижение риска за счет увеличения количества поставщиков, позволяющего ослабить зависимость предприятия от конкретного поставщика, – это:

- а) диверсификация рынка сбыта (развитие рынка)
- б) диверсификация видов хозяйственной деятельности
- в) диверсификация закупок
- г) диверсификация инвестиций

40. Каким образом можно учитывать риск при расчете чистой приведенной стоимости?

- а) в знаменателе формулы NPV посредством корректировки ставки дисконта
- б) комбинация формул NPV посредством корректировки чистых денежных потоков
- в) в числителе формулы NPV посредством корректировки чистых денежных потоков
- г) все варианты верны

41. Главной функцией риск-менеджмента является:

- а) создание чуткой системы управления рисками
- б) оценка риска по каждому проекту в компании
- в) оценка риска для компании в целом
- г) предотвращение банкротства компании в результате наступления случайных событий

42. Деловой риск - это:

- а) риск неоплаты задолженности дебитором
- б) риск провала коммерческого проекта
- в) риск разрушения деловых отношений
- г) риск неисполнения обязательств по договору купли-продажи

43. Что из перечисленного не относится к видам производственных рисков?
- а) изменение конъюнктуры рынка
 - б) усиление конкуренции
 - в) форс-мажор
 - г) амортизация производственного оборудования
44. При наличии неопределенностей процесс выбора оптимальных решений:
- а) усложняется
 - б) упрощается
 - в) остается неизменным
 - г) нет зависимости
45. Какой прогнозируемостью характеризуется наступления события (P_t) при полной определенности?
- а) 0,3
 - б) 0,7
 - в) близкой к единице
 - г) близкой к нулю
46. Какие риски могут принести дополнительную прибыль фирме?
- а) спекулятивные
 - б) чистые
 - в) ретроспективные
 - г) любые
47. Подразделение рисков на спекулятивные и чистые основано на:
- а) классификации субъектов риска
 - б) классификации объектов риска
 - в) характере оценки риска
 - г) характере последствий риска
48. Коммерческий риск – это риск, возникающий:
- а) на коммерческих предприятиях
 - б) при заключении коммерческих сделок
 - в) в процессе реализации товаров или услуг
 - г) в процессе производства товаров или услуг
49. На какие виды подразделяются финансовые риски?
- а) валютные
 - б) денежные
 - в) проектные
 - г) риски распределения доходности
50. Системный риск - это:
- а) риск ухудшения конъюнктуры какого-либо рынка
 - б) риск разрушения системы управления организацией
 - в) общая система рисков, которым подвергнута организация
 - г) система оценки и управления рисками

Образец практического задания к зачету по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» (5 семестр) (формируемые компетенции ПК-1, ПК-4)

**Задание 1. Провести анализ стратегии развития предприятия
(ПК-1: У1, У2, У3, В1, В2, В3)**

Исходные данные

1) На основе данных годовой отчетности публичного акционерного общества, финансовой отчетности и нефинансовой отчетности провести анализ компании:

ПАО НОВАТЭК,

2) Информацию можно найти на официальном сайте ПАО или сайтах, раскрывающих годовую отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать годовую отчетность эмитента за предыдущий год в формате pdf или word .

Задание:

36. Проанализировать конкурентную среду предприятия, текущее состояние бизнеса, стратегические ресурсы и направления деятельности, профиль способностей и конкурентный профиль (ПК-1; У1)

37. Проработать стратегию развития бизнеса на будущий период (ПК-1; У2)

38. Провести SWOT, PEST анализ компании (ПК-1; В1)

39. На основе полученной и проанализированной информации построить «дерево целей» и матрицу БКГ (ПК-1; В2; В3)

**Задание 2. Провести анализ стратегии развития предприятия
(ПК-4; У1, У2, У3, В1, В2, В3)**

Исходные данные

1) На основе данных годовой отчетности публичного акционерного общества, финансовой отчетности и нефинансовой отчетности провести анализ компании:

ПАО НОВАТЭК,

2) Информацию можно найти на официальном сайте ПАО или сайтах, раскрывающих годовую отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать годовую отчетность эмитента за предыдущий год в формате pdf или word .

Задание:

1. Проанализировать производственную, сбытовую и ценовую политику на основе системного подхода (ПК-4; У1)

2. На основе собранной информации проработать цели и пути развития ПАО (ПК-4; У2)

3. Всесторонне обосновать бизнес-модель компании (ПК-4; У4)

4. На основе собранной и проанализированной информации, используя современные технологии обработки информации описать исходя из целепологаний эффективную бизнес-модель компании (ПК-4; В1, В2, В3)

Перечень вопросов к зачету (по Разделу 1 - 5 семестр) (формируемые компетенции ПК- 1, ПК-4)

1. PEST – анализ на предприятии
2. SWOT – анализ на предприятии
3. Внешняя среда управления бизнеса
4. Внутренняя среда управления бизнеса
5. Инструменты управления бизнесом

6. Конкурентоспособность бизнеса в современных условиях
7. Методы определения конкурентоспособности бизнеса
8. Методы организации продаж в бизнесе
9. Методы планирования производства
10. Методы принятия управленческих решений
11. Методы ценообразования в бизнесе
12. Механизм управления процессом производства и продаж на предприятии
13. Организационно-правовые аспекты планирования на предприятии
14. Организационно-правовые аспекты планирования производства в малом бизнесе
15. Организационно-правовые аспекты планирования расчета цен в бизнесе
16. Организационно-экономический механизм управления процессом продаж
17. Организационно-экономический механизм управления процессом производства
18. Понятие внутренней и внешней среды управления
19. Принципы определения конкурентоспособности бизнеса
20. Рыночные методы ценообразования на предприятии
21. Стратегии ценообразования на предприятии
22. Стратегические ресурсы предприятия
23. Стратегическое планирование среды бизнеса
24. Стратегия снятия сливок в ценообразовании
25. Факторы конкурентоспособности предприятия

Образец практического задания к зачету по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» (6 семестр) (формируемые компетенции ПК-5, ПК-6)

**Задание 1. Воздействие внешней и внутренней среды
(ПК-5: У1, У2, У3, У4, У5 В1)**

Исходные данные

1) На основе данных годовой отчетности публичного акционерного общества, финансовой отчетности и нефинансовой отчетности провести анализ компании:

ПАО СБЕРБАНК,

2) Информацию можно найти на официальном сайте ПАО или сайтах, раскрывающих годовую отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать годовую отчетность эмитента за предыдущий год в формате pdf или word .

Задание:

40. Предложить идею сотрудничества в рамках развития бизнеса (ПК-5; У1)

41. Определить потребность в информации, которая необходима для более эффективного раскрытия информации. Описать дополнительные источники информации (ПК-5; У2; У3)

42. Придумать способы для оперативного и точного интерпретирования информации для деловых партнеров компании (ПК-5; У4; У5)

43. На основе современных технологий показать как может быть налажено эффективное взаимодействие по сотрудничеству с различными заинтересованными субъектами (ПК-5; В1)

**Задание 2. Воздействие внешней и внутренней среды
(ПК-6; У1, У2, У3, У4, В1, В2, В3, В4)**

Исходные данные

1) На основе данных годовой отчетности публичного акционерного общества, финансовой отчетности и нефинансовой отчетности провести анализ компании:

ПАО Альфа-Банк,

2) Информацию можно найти на официальном сайте ПАО или сайтах, раскрывающих годовую отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать годовую отчетность эмитента за предыдущий год в формате pdf или word .

Задание:

1. Выявить и сформировать информацию относительно удовлетворения потребностей компании (ПК-6; У1)

2. На основе собранной информации по анализу рынка и конкурентной среды, разработать программу по формированию удовлетворения спроса и оценить эффективность такой программы ПАО (ПК-6; У2, У3)

3. Оценить воздействие внешней среды и внутренней среды на функционирование организации (ПК-6; У4)

4. Выявить основных конкурентов компании в данной отрасли (ПК-6; В1)

5. Определите как можно увеличить спрос на продукцию компании на основе разработки программы по формированию и удовлетворению спроса (ПК-6; В2; В3)

6. Выявите тенденции развития данного предприятия на прогнозный период (1-5 лет) (ПК-6; В1, В4)

Примерный перечень к зачету по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» (по Разделу 2 - 6 семестр) (формируемые компетенции ПК-5, ПК-6)

1. Деловое взаимодействие в бизнесе
2. Деловое взаимодействие власти и бизнеса
3. Инструменты исследования предпринимательской среды при создании собственного дела
4. Источники информации для принятия управленческого решения
5. Международное взаимодействие в бизнесе
6. Методы исследования предпринимательской среды при создании собственного дела
7. Методы конкурентного анализа в отраслях экономики
8. Методы конкурентного анализа в сельскохозяйственной сфере
9. Методы конкурентного анализа в сфере торговли
10. Методы конкурентного анализа промышленной сфере
11. Модели прогнозирования спроса на товары и услуги
12. Направления и методы исследования предпринимательской среды при создании собственного дела
13. Основы формирования взаимовыгодного сотрудничества с деловыми партнерами
14. Порядок формирования и подписания соглашений с деловыми партнерами при реализации проектов
15. Предпринимательской среда в корпорации
16. Предпринимательской среда и бизнес
17. Предпринимательской среда и малый бизнес
18. Принципы формирования взаимовыгодного сотрудничества с деловыми партнерами
19. Технологию проведения обзора рынка
20. Технологию проведения регионального обзора рынка
21. Управление партнерскими взаимоотношениями
22. Управление собственным бизнесом
23. Факторы внешней среды, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность
24. Факторы внутренней среды, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность
25. Факторы, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность компании

Образец практического задания к зачету по дисциплине «Практикум по управлению бизнесом» (6 семестр) (формируемые компетенции ПК-7, ПК-8)

**Задание 1. Планирование затрат
(ПК-7: У1, У2, У3, В1)**

Исходные данные

1) На основе данных годовой отчетности публичного акционерного общества, финансовой отчетности и нефинансовой отчетности провести анализ компании:

ПАО НОРНИКЕЛЬ,

2) Информацию можно найти на официальном сайте ПАО или сайтах, раскрывающих годовую отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать годовую отчетность эмитента за предыдущий год в формате pdf или word .

Задание:

44. Проанализировать предлагаемые варианты управленческих решений по планированию затрат и результатов деятельности с выбором наиболее оптимальных (ПК-7; У1)

45. Определять эффективность бизнеса (ПК-7; У2)

46. Рассчитывать потребность в финансовых средствах, необходимых для создания конкретного собственного дела в современных российских условиях (ПК-7; У3)

47. Проанализировать выбранные управленческие решения на основе данных выше и определить наиболее эффективный из них (ПК-7; В1)

**Задание 2. Оценка рисков
(ПК-8; У1, У2, У3, У4, В1, В2, В3)**

Исходные данные

1) На основе данных годовой отчетности публичного акционерного общества, финансовой отчетности и нефинансовой отчетности провести анализ компании:

ПАО Альфа-Банк,

2) Информацию можно найти на официальном сайте ПАО или сайтах, раскрывающих годовую отчетность предприятий:

<https://www.e-disclosure.ru/?attempt=1>

Для выбранного предприятия находимо использовать годовую отчетность эмитента за предыдущий год в формате pdf или word .

Задание:

1. Идентифицировать проявления рисков в современной хозяйственной практике (ПК-8; У1)

2. Выявлять риски предпринимательской деятельности по их разновидностям (ПК-8; У2)

3. Идентифицировать этап жизненного цикла организации и сопутствующие ему риски (ПК-8; У3)

4. Применить механизмы управления неопределенностью хозяйственной деятельности для ПАО (ПК-8; У4)

5. Выявить риск банкротства предприятия на основе финансово-хозяйственной деятельности ПАО или его отсутствия и указать пути снижения этих рисков (ПК-8; В1; В2; В3)

Перечень вопросов к зачету (по Разделу 3 - 7 семестр) (формируемые компетенции ПК- 7, ПК-8)

1. Виды и сущность стартапов в развитии экономики страны
2. Виды оценки рисков
3. Зарубежные модели оценки риска банкротства предприятия
4. Зарубежный опыт развития стартапов
5. Источники риска и неопределенности при осуществлении деятельности
6. Источники финансирования стартапов
7. Методы анализа финансово-хозяйственной деятельности компании
8. Методы обеспечения устойчивой позиции организаций в условиях перемен и риска
9. Методы оценки риска банкротства предприятия
10. Методы оценки рисков
11. Направления государственной поддержки малого предпринимательства
12. Направления государственной поддержки среднего предпринимательства
13. Направления местной поддержки малого и среднего предпринимательства
14. Направления региональной поддержки малого и среднего предпринимательства
15. Направления финансового обеспечения деятельности предприятия малого бизнеса
16. Неопределенность и риск в принятии управленческих решений
17. Основные направления финансового обеспечения деятельности предприятия малого бизнеса
18. Основные этапы жизненного цикла организации
19. Особенности жизненного цикла бизнеса
20. Оценка эффективности использования финансовых ресурсов на предприятии
21. Приемы обеспечения устойчивой позиции организаций в условиях перемен и риска
22. Риск в принятии инвестиционных управленческих решений
23. Риск в принятии финансовых управленческих решений
24. Российские модели оценки риска банкротства предприятий
25. Этапы жизненного цикла организации