

ФАКУЛЬТЕТ БИЗНЕС–ИНФОРМАТИКИ И УПРАВЛЕНИЯ КОМПЛЕКСНЫМИ
СИСТЕМАМИ

КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТАМИ

ОДОБРЕНО УМС ТФ НИЯУ МИФИ

Протокол № 6

от 23.12.2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА И МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки
(специальность)

[1] 13.03.01 Теплоэнергетика и теплотехника
[2] 13.03.02 Электроэнергетика и электротехника

Семестр	Трудоемкость, кред.	Общий объем курса, час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	В форме практической подготовки/ В СРС, час.	КСР, час.	Форма(ы) контроля, экз./зач./КР/КП	
8	2-3	72- 108	16	16	0		40-76	0	3
Итого	2-3	72- 108	16	16	0	0	40-76	0	

АННОТАЦИЯ

Дисциплина направлена на формирование у обучающихся знания теоретических и методологических основ управленческой деятельности на современном предприятии, развитие практических навыков принятия управленческих решений, контроля реализации решений на предприятии, в том числе с использованием цифровых технологий.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями учебной дисциплины являются освоение базовых понятий, принципов и технологий современного менеджмента и маркетинга и овладение практическими навыками эффективного управления на предприятии в соответствии с современными требованиями.

Задачи освоения учебной дисциплины:

формирование и развитие аналитических навыков в сфере избранной специальности, закрепление полученных теоретических знаний по избранному направлению специализированной подготовки;

овладение необходимыми профессиональными компетенциями по избранному направлению специализированной подготовки;

развитие научно-исследовательских компетенций по избранному направлению специализированной подготовки.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Изучение дисциплины основано на базовых знаниях и навыках, формируемых в курсах: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Социология», «Психология и педагогика», «Информатика», «Теория вероятностей и математическая статистика», «Менеджмент и маркетинг».

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Универсальные и(или) общепрофессиональные компетенции:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-10 [1] – Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	З-УК-10 [1] – Знать: основные документы, регламентирующие финансовую грамотность в профессиональной деятельности; источники финансирования профессиональной деятельности; принципы планирования экономической деятельности; критерии оценки затрат и обоснованности экономических решений У-УК-10 [1] – Уметь: обосновывать принятие экономических решений в различных областях жизнедеятельности на основе учета факторов эффективности; планировать деятельность с учетом экономически оправданных затрат, направленных на

	достижение результата В-УК-10 [1] – Владеть: методикой анализа, расчета и оценки экономической целесообразности планируемой деятельности (проекта), его финансирования из внебюджетных и бюджетных источников
--	--

Профессиональные компетенции в соответствии с задачами и объектами (областями знаний) профессиональной деятельности:

Задача профессиональной деятельности (ЗПД)	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции; Основание (профессиональный стандарт-ПС, анализ опыта)	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
производственно-технологический			
монтаж и наладка, эксплуатацию и сервисное обслуживание, ремонт и модернизацию технических средств по производству теплоты	тепловые и атомные электрические станции; системы энергообеспечения промышленных; установки, системы и комплексы высокотемпературной и низкотемпературной теплотехнологии; реакторы и парогенераторы атомных электростанций; паровые турбины, энергоблоки, тепловые насосы; установки водородной энергетики; вспомогательное теплотехническое оборудование; тепло- и массообменные аппараты различного назначения; теплотехнологическое оборудование промышленных предприятий; установки кондиционирования теплоносителей и рабочих тел; технологические жидкости, газы и пары,	ПК-7 [1] - Способен управлять технологическими процессами и участвовать в работах по освоению и доводке технологических процессов <i>Основание:</i> Профессиональный стандарт: 20.014	З-ПК-7[1] - Знать: технические характеристики обслуживаемого оборудования, устройство и порядок его работы, паспортные данные и пределы безопасной эксплуатации оборудования и трубопроводов; У-ПК-7[1] - Уметь: анализировать техническое состояние оборудования и технологических систем; применять приемы и методы по доводке и освоению технологических процессов; В-ПК-7[1] - Владеть: современными технологиями для выполнения работ по доводке и освоению технологических процессов

	расплавы, твердые и сыпучие тела как теплоносители и рабочие тела энергетических и теплотехнологических установок; нормативно-техническая документация и системы стандартизации; системы диагностики и автоматизированного управления технологическими процессами в теплоэнергетике и теплотехнике.		
сервисно-эксплуатационный			
монтаж и наладка, эксплуатацию и сервисное обслуживание, ремонт и модернизацию технических средств по производству теплоты	тепловые и атомные электрические станции; системы энергообеспечения промышленных; установки, системы и комплексы высокотемпературной и низкотемпературной теплотехнологии; реакторы и парогенераторы атомных электростанций; паровые турбины, энергоблоки, тепловые насосы; установки водородной энергетики; вспомогательное теплотехническое оборудование; тепло- и массообменные аппараты различного назначения; теплотехнологическое оборудование промышленных предприятий; установки кондиционирования теплоносителей и рабочих тел;	ПК-11 [1] - Способен участвовать в работах по оценке технического состояния и остаточного ресурса оборудования, в организации профилактических осмотров и текущего ремонта оборудования <i>Основание:</i> Профессиональный стандарт: 20.024	З-ПК-11[1] - Знать: основные виды задач при оценке технического состояния технологического объекта; основную нормативную документацию; этапы организационно-технической подготовки и выполнения технической диагностики и ремонтных работ; У-ПК-11[1] - Уметь: разрабатывать мероприятия по повышению эффективности эксплуатации оборудования на основе данных о надежности оборудования; использовать методики для оценки технического состояния технологического объекта;

	технологические жидкости, газы и пары, расплавы, твердые и сыпучие тела как теплоносители и рабочие тела энергетических и теплотехнологических установок; нормативно-техническая документация и системы стандартизации; системы диагностики и автоматизированного управления технологическими процессами в теплоэнергетике и теплотехнике.		В-ПК-11[1] - Владеть: современными средствами диагностирования для контроля и прогнозирования технического состояния оборудования и принятия решения о необходимости ремонта
--	--	--	--

4. ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДИСЦИПЛИНЫ

Направления/цели воспитания	Задачи воспитания (код)	Воспитательный потенциал дисциплин
Профессиональное воспитание	Создание условий, обеспечивающих, формирование навыков коммуникации, командной работы и лидерства (В20)	1.Использование воспитательного потенциала дисциплин профессионального модуля для развития навыков коммуникации, командной работы и лидерства, творческого инженерного мышления, стремления следовать в профессиональной деятельности нормам поведения, обеспечивающим нравственный характер трудовой деятельности и неслужебного поведения, ответственности за принятые решения через подготовку групповых курсовых работ и практических заданий, решение кейсов, прохождение практик и подготовку ВКР. 2.Использование воспитательного потенциала дисциплин профессионального модуля для: - формирования производственного коллективизма в ходе совместного решения как модельных, так и практических задач, а также путем подкрепление рационально-технологических навыков взаимодействия в проектной деятельности эмоциональным

		эффектом успешного взаимодействия, ощущением роста общей эффективности при распределении проектных задач в соответствии с сильными компетентностными и эмоциональными свойствами членов проектной группы.
--	--	---

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Разделы учебной дисциплины, их объем, сроки изучения и формы контроля:

№ п.п	Наименование раздела учебной дисциплины		Недели	Лекции/ Практи. (семинары) / Лабораторные работы, час.	Обязат. текущий контроль (форма*, неделя)	Максимальный балл за раздел**	Аттестация раздела (форма*, неделя)	Индикаторы освоения компетенции
	<i>8 Семестр</i>							
1	РАЗДЕЛ 1. Организация маркетинговой деятельности	1.	1-8	8/8/0	Т-8 (30)	30	КИ-8	3-ПК-7, У-ПК-7, В-ПК-7, 3-ПК-11, У-ПК-11, В-ПК-11, 3-УК-10, У-УК-10, В-УК-10
2	РАЗДЕЛ 2. Организация производственного процесса	2.	9-15	8/8/0	Т-15 (35)	35	КИ-15	3-ПК-7, У-ПК-7, В-ПК-7,

							3-ПК-11, У-ПК-11, В-ПК-11, 3-УК-10, У-УК-10, В-УК-10
	<i>Итого за 8 Семестр</i>		16/16/0		65		
	Контрольные мероприятия за 8 Семестр				35	3	3-ПК-7, У-ПК-7, В-ПК-7, 3-ПК-11, У-ПК-11, В-ПК-11, 3-УК-10, У-УК-10, В-УК-10

* – сокращенное наименование формы контроля

** – сумма максимальных баллов должна быть равна 100 за семестр, включая зачет и (или) экзамен

Сокращение наименований форм текущего контроля и аттестации разделов:

Обозначение	Полное наименование
Т	Тестирование
КИ	Контроль по итогам
З	Зачет

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Недел и	Темы занятий / Содержание	Лек., час.	Пр./сем. , час.	Лаб., час.
	<i>8 Семестр</i>	16	16	0
1-8	РАЗДЕЛ 1. Организация маркетинговой деятельности	8	8	0
1	Тема 1. Сущность и основные понятия менеджмента. Функции менеджмента. Понятие управленческого цикла. Роли менеджера в организации.	Всего аудиторных часов		
		1	1	0
		Онлайн		
		0	0	0
2	Тема 2. Маркетинговые стратегии на корпоративном уровне. Маркетинговое управление предприятием. Стратегия маркетинга и ее взаимосвязь со стратегией компании. Основные этапы стратегического планирования. Корпоративные, функциональные и инструментальные стратегии. Методы стратегического анализа. Матрица первичного стратегического анализа. Мониторинг внешней среды. Стратегические маркетинговые модели. Стратегии роста. Портфельные стратегии. Конкурентные стратегии.	Всего аудиторных часов		
		1	1	0
		Онлайн		
		0	0	0
3	Тема 3. Товарная политика фирмы. Продукт как элемент комплекса маркетинга. Четырехуровневая маркетинговая модель продукта. Этапы жизненного цикла продуктов. Конкурентоспособность продукции. Качество продукции. Мультиатрибутивная модель продукта. Уровни новизны продукции. Инновации и разработка новых продуктов. Стадии внедрения инноваций. Продуктовая и ассортиментная политика.	Всего аудиторных часов		
		1	1	0
		Онлайн		
		0	0	0
4	Тема 4. Анализ потребителей и конкурентов. Направления изучения потребителей и конкурентов. Моделирование поведения потребителей. Концепции конкуренции. Сегментирование рынка. Критерии сегментации. Методы сегментации. Сегментация по выгодам. Выбор целевых рынков. Позиционирование товара на рынке. Оценка емкости рыночных сегментов. Конкурентная разведка на основе Интернета.	Всего аудиторных часов		
		1	1	0
		Онлайн		
		0	0	0
5	Тема 5. Ценовая политика фирмы. Ценообразование в системе маркетинга. Факторы, влияющие на величину цены. Ценовая эластичность спроса. Базовые стратегии и методы ценообразования. Маркетинговое пространство цен. Ценностный подход к ценообразованию. Композиционный подход к измерению воспринимаемой ценности. Методы дифференциального, конкурентного, ассортиментного и стимулирующего ценообразования. Ценовая тактика и корректировка цены.	Всего аудиторных часов		
		1	1	0
		Онлайн		
		0	0	0
6 - 7	Тема 6. Сбыт и маркетинговые коммуникации. Основные понятия политики товародвижения. Каналы распределения. Выбор посредников. Розничная и оптовая торговля. Элементы коммуникативной политики фирмы. Стимулирование сбыта. Реклама и Public Relations. Реклама в Интернете. Методы оценки эффективности рекламной	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0

	кампании. Способы продвижения продукции и услуг в Интернете. Персональные продажи. Формирование спроса и стимулирование сбыта.			
8	Тема 7. Маркетинговые исследования. Цели, объекты и методы маркетинговых исследований. Виды и источники маркетинговой информации. Кабинетные и полевые исследования. Основные этапы исследований. Исследования с помощью опросов. Сбор, обработка и использование маркетинговой информации. Технология выборочных маркетинговых исследований. Информационное обеспечение маркетинга. Интернет в маркетинговых исследованиях. Маркетинговые информационные системы.	Всего аудиторных часов		
		1	1	0
		Онлайн		
		0	0	0
9-15	РАЗДЕЛ 2. Организация производственного процесса	8	8	0
9 - 11	Тема 8. Планирование производственного процесса. Типы производства. Планирование производственного процесса во времени и в пространстве. Стратегия процессов. Оперативное планирование производства.	Всего аудиторных часов		
		3	3	0
		Онлайн		
		0	0	0
12 - 14	Тема 9. Организация производственного процесса на предприятии. Производственный процесс и его структура, организационные типы производства. Производственный цикл простого и сложного процесса. Производственная мощность предприятия. Проектирование размещения предприятий и их производственных мощностей. Проектирование производственной структуры предприятия. Организация производственных процессов. Организация обслуживающих производств на предприятии.	Всего аудиторных часов		
		3	3	0
		Онлайн		
		0	0	0
15	Тема 10. Организация подготовки производства новой продукции. Рыночно ориентированная подготовка производства новой продукции.	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0

Сокращенные наименования онлайн опций:

Обозначение	Полное наименование
ЭК	Электронный курс
ПМ	Полнотекстовый материал
ПЛ	Полнотекстовые лекции
ВМ	Видео-материалы
АМ	Аудио-материалы
Прз	Презентации
Т	Тесты
ЭСМ	Электронные справочные материалы
ИС	Интерактивный сайт

ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Недели	Темы занятий / Содержание
--------	---------------------------

	<i>8 Семестр</i>
1 - 4	Тема 1. Основные понятия менеджмента и маркетинга и эволюция концепций его развития. Роль комплекса 4Р в маркетинговом планировании. SWOT-анализ работы малого предприятия.
5 - 8	Тема 2. Маркетинговые стратегии на корпоративном уровне. Методы сегментации рынка. Оценка емкости целевых сегментов. Разработка плана маркетинговых исследований. Разработка анкеты для проведения опроса. Оценка эффективности рекламной компании в Интернете.
9 - 12	Тема 3. Маркетинговые стратегии сбыта продукции. Ценовая политика фирмы. Базовые методы ценообразования. Позиционирование продукта; карта восприятия.
13 - 15	Тема 4. Модели и технологии разработки нового продукта. Модели и технологии разработки нового продукта.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов. В рамках данного учебного курса предусмотрены деловые игры, разбор деловых ситуаций (case study), выполнение тестовых заданий.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств по дисциплине обеспечивает проверку освоения планируемых результатов обучения (компетенций и их индикаторов) посредством мероприятий текущего, рубежного и промежуточного контроля по дисциплине.

Связь между формируемыми компетенциями и формами контроля их освоения представлена в следующей таблице:

Компетенция	Индикаторы освоения	Аттестационное мероприятие (КП 1)
ПК-11	З-ПК-11	З, КИ-8, КИ-15, Т-8, Т-15
	У-ПК-11	З, КИ-8, КИ-15, Т-8, Т-15
	В-ПК-11	З, КИ-8, КИ-15, Т-8, Т-15
ПК-7	З-ПК-7	З, КИ-8, КИ-15, Т-8, Т-15
	У-ПК-7	З, КИ-8, КИ-15, Т-8, Т-15
	В-ПК-7	З, КИ-8, КИ-15, Т-8, Т-15
УК-10	З-УК-10	З, КИ-8, КИ-15, Т-8, Т-15
	У-УК-10	З, КИ-8, КИ-15, Т-8, Т-15
	В-УК-10	З, КИ-8, КИ-15, Т-8, Т-15

Шкалы оценки образовательных достижений

Шкала каждого контрольного мероприятия лежит в пределах от 0 до установленного максимального балла включительно. Итоговая аттестация по дисциплине оценивается по 100-балльной шкале и представляет собой сумму баллов, заработанных студентом при выполнении заданий в рамках текущего и промежуточного контроля.

Итоговая оценка выставляется в соответствии со следующей шкалой:

Сумма баллов	Оценка по 4-ех балльной шкале	Оценка ECTS	Требования к уровню освоению учебной дисциплины
90-100	5 – <i>«отлично»</i>	A	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, использует в ответе материал монографической литературы.
85-89	4 – <i>«хорошо»</i>	B	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.
75-84		C	
70-74		D	
65-69	3 – <i>«удовлетворительно»</i>	E	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.
60-64			
Ниже 60	2 – <i>«неудовлетворительно»</i>	F	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. ЭИ М 21 Производственный менеджмент : учебник для вузов, Москва: Юрайт, 2022
2. ЭИ Л 47 Производственный менеджмент : учебник и практикум для вузов, Москва: Юрайт, 2022

3. ЭИ Ц 75 Цифровая трансформация экономики : учеб. пособие, Москва: НИЯУ МИФИ, 2020

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. ЭИ Л 47 Производственный менеджмент : Учебник и практикум для вузов, Москва: Юрайт, 2020
2. ЭИ А74 Стратегическое управление : монография, Москва: Проспект, 2020
3. ЭИ Л 47 Управление качеством : учебник, Санкт-Петербург: Лань, 2020
4. ЭИ О-48 Управление результативностью маркетинга : Учебник и практикум для вузов, Москва: Юрайт, 2020
5. ЭИ С 44 Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие для вузов, Санкт-Петербург: Лань, 2021

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ:

Специальное программное обеспечение не требуется

LMS И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ:

1. Электронно-библиотечная система образовательные и просветительские издания (<http://www.iqlib.ru/>)
 2. Научная электронная библиотека Elibrary.ru (<http://elibrary.ru>)
 3. Российская национальная библиотека (www.nlr.ru)
 4. Система электронного обучения ИНФОМИФИСТ (<http://portei.mephi.ru/kaf2/072/>)
 5. ЖУРНАЛ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ» (http://www.inesnet.ru/es_magazine/)
- <https://online.mephi.ru/>
- <http://library.mephi.ru/>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Специальное материально-техническое обеспечение не требуется

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

В процессе освоения дисциплины студенту необходимо:

1. Посещать лекции, на которых излагаются: основы дисциплины; даются определения и понятия основных законов, аналитические методы решения прикладных экономических и управленческих задач.

2. Посещать семинарские занятия и выполнять на них задания, выдаваемые преподавателем. На семинарских занятиях студент отвечает на основные и дополнительные вопросы, участвует в обсуждении, выступает с докладами. Для успешной работы на семинаре студент должен предварительно изучить лекционный материал.

3. Выполнять самостоятельные работы: искать ответы на вопросы и задачи, сгруппированные в перечень, включающий 10 тем дисциплины; выполнять тестовые задачи; готовить ответы на вопросы, связанные с деловыми ситуациями, предлагаемыми преподавателем.

4. Готовиться к контрольным срезам по дисциплине в сроки, определенные деканатом.

5. Ознакомиться с литературой, рекомендованной преподавателем; выбрать необходимый для реферата материал на сайтах ведущих компаний и международных организаций.

5. Для успешной сдачи зачёта необходимо посещать и изучать лекции; активно работать на семинарских занятиях; своевременно выполнить все тестовые задания в системе ИНФО-МИФИСТ; подготовить ответы на вопросы и задачи, которые выдаются преподавателем перед экзаменом, а также составить бизнес-план предприятия.

СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНЫХ РАЗДЕЛОВ БИЗНЕС-ПЛАНА

Любой бизнес имеет свои особенности, следовательно, не может существовать некоего «стандартного» плана, приемлемого во всех случаях.

Общим основным принципом любого бизнес-плана должна быть его краткость. Правда, иногда для адекватного раскрытия сути этот документ делают достаточно пространным, но в то же время, чтобы у читающего не ослабевал интерес, не следует его чрезмерно перегружать. Некоторые бизнес-планы, рассчитанные на привлечение большого капитала, могут в своем объеме достигать 50 страниц. Однако большинство проектов должны быть ограничены 10 - 20 страницами.

Ниже приводится примерная схема бизнес-плана, которую можно использовать при составлении реального документа по своему усмотрению. Тем не менее, приведенная схема содержит все главные разделы, которые необходимо предусмотреть.

1. Обзор/Краткие выводы

- ☐ Цель плана
- ☐ Ваши потребности в финансах, их природа, и для каких целей они необходимы
- ☐ Краткое описание бизнеса и его целевого рыночного сегмента
- ☐ Что делает Ваш бизнес непохожим на бизнес Ваших конкурентов?
- ☐ Что именно должно вызывать доверие к Вашему бизнесу (отчетные материалы, квалификация руководящей группы и т.д.)
- ☐ Выдержки из основных финансовых предложений

Ваш бизнес-план должен начинаться с выводов. Возможно, они будут написаны в самую последнюю очередь, но именно они должны быть первым пунктом Вашего бизнес-плана. Они должны трактоваться как самостоятельный рекламный документ, так как в них содержатся основные положения всего бизнес-плана. Это будет единственная часть во всем бизнес-плане, которую будет читать большинство потенциальных инвесторов. Только в том случае, если это их заинтересует, Вы должны будете представить их вниманию весь бизнес-план.

2. Компания и отрасль, в которой она занята

- ☐ Основные направления и цели деятельности компании
- ☐ История компании
- ☐ Прошлые успехи компании
- ☐ Характеристика отрасли промышленности, к которой относится Ваш бизнес

Цель этого раздела - вызвать со стороны потенциальных инвесторов доверие к Вашему бизнесу. Это очень важно, поскольку для того, чтобы оценить будущий потенциал, следует взглянуть на эффективность работы в прошлом. Если же в Вашем случае прошлый опыт не является подходящим индикатором потенциала Вашего бизнеса в будущем, то, вероятно, будет лучше совсем исключить этот параграф из своего бизнес-плана. Тем не менее, Вы должны продемонстрировать глубокое понимание состояния Вашей компании и той отрасли индустрии, в которой Вы собираетесь успешно работать и конкурировать.

3. Продукция/Услуги

- ☐ Описание продукции/услуг и их применения
- ☐ Отличительные качества или уникальность продукции/услуг
- ☐ Технология и квалификация, необходимые в Вашем бизнесе
- ☐ Лицензии/патентные права
- ☐ Будущий потенциал

В этом параграфе необходимо дать четкое определение и описание тех видов продукции или услуг, которые будут предложены на рынок. Следует показать некоторые аспекты технологии, необходимой для производства вашей продукции или услуг. Важно, чтобы эта часть была написана ясным, четким языком, доступным для понимания неспециалистом. Опишите основные характеристики вашей продукции, при этом сделайте акцент на тех преимуществах, которые ваша продукция/услуги несут потенциальным покупателям.

Очень важно в этом, да и в других параграфах, подчеркнуть уникальность или отличительные особенности Вашей продукции или услуг. Также необходимо подчеркнуть возможность совершенствования данной продукции или услуг. Инвесторы редко прибегают к сотрудничеству с фирмой, специализирующейся на единственном виде продукции, не имея при этом доказательств возможности его совершенствования в будущем.

Опишите имеющиеся у Вас патенты или авторские права на изобретения, или приведите другие причины, которые могли бы препятствовать вторжению конкурентов на Ваш рынок. Такими причинами могут быть эксклюзивные права на распространение или торговые марки. Инвесторы предпочитают здоровое отсутствие конкуренции.

4. Рынки

- ☐ Покупатели
- ☐ Конкуренты, их сильные и слабые стороны
- ☐ Сегменты рынка
- ☐ Размер рынка и его рост
- ☐ Ваша оценочная доля на рынке
- ☐ Состав Вашей клиентуры
- ☐ Основные характеристики продукции/услуг или их уникальность
- ☐ Особые характеристики рынка
- ☐ Влияние конкуренции

Рынок и маркетинг являются решающими факторами для всех фирм. Большинство официальных инвесторов считают изучение рынка одной из главных проблем нового бизнеса. Поэтому параграф, посвященный рынку и маркетингу, часто является наиболее трудным для написания. Вам необходимо убедить инвестора в существовании рынка для вашей продукции или услуг, в том, что Вы его понимаете и можете продавать на нем свою продукцию.

Важно четко определить рыночные сегменты, в пределах которых Вы намереваетесь функционировать. Оценки размеров рынка, его роста, Вашей доли на нем и влияния конкуренции должны базироваться исключительно на данных о Вашем специфическом рыночном сегменте. Необходимо быть реалистичным и не преувеличивать своих возможностей. Определив конкретный сегмент рынка, приведите описание структуры Вашей клиентуры внутри этого сегмента и еще раз остановитесь на уникальности и своеобразии Вашей продукции.

Очень важно определить своих непосредственных конкурентов, их сильные и слабые стороны. Необходимо оценить потенциальную долю рынка каждого конкурента и показать, как ваша продукция или услуги могут конкурировать с точки зрения качества продукции, цены, распространения, рекламы и других показателей.

5. Маркетинг

☐ Маркетинговая расстановка (обеспечение конкурентоспособности продукции/услуг) - основные характеристики продукции/услуг в сравнении с конкурирующими

☐ Ценовая политика

☐ Торговая политика

☐ Реклама и продвижение продукции на рынке

☐ Политика поддержки продукции/услуг

☐ Проявление интереса со стороны потенциальных покупателей

Этот параграф должен показать, почему клиенты будут покупать Вашу продукцию. В нем нужно подробно обсудить такие элементы маркетингового комплекса, как цена, реклама и продвижение продукции на рынке и место ее продажи.

В любом бизнесе при формировании проектов, связанных с продажей и сбытом, следует детально рассматривать такие проблемы, как маркетинговая расстановка, ценовая политика, торговая политика, реклама и т.д. Если при оценке объемов сбыта не приводятся все мельчайшие подробности, показывающие, каким образом он будет достигнут, то это неизбежно вызовет недоверие со стороны потенциального инвестора.

6. План и развитие

☐ Стадия развития

☐ Трудности и риск

☐ Совершенствование продукции/услуг

☐ Разработка продукции/услуг в будущем

Многие новые фирмы, работающие над созданием продукции, которая еще не выставлялась на рынок, должны дать потенциальному инвестору определенную информацию не только о том, на каком этапе находится процесс разработки, но также о степени риска и трудностях, с которыми он может столкнуться. Кроме того, должна быть представлена реалистичная информация о сроках освоения рынка данной продукцией.

Даже бизнес с уже освоенной продукцией и услугами должен планировать работу по развитию и совершенствованию своей продукции или услуг. В этом случае должна быть представлена информация о новых разработках и расходах на их исследования.

7. Производство и производственные операции

- ☐ Расположение помещений
- ☐ Оборудование
- ☐ Объем выпуска продукции/услуг
- ☐ Источники поставки основных материалов, оборудования или рабочей силы
- ☐ Использование субподрядчиков
- ☐ Природа производственных процессов - машинное оборудование и критические точки

В этом параграфе должны быть описаны все производственные или другие рабочие процессы, имеющие место на Вашей фирме. Здесь необходимо рассмотреть вопросы, связанные с помещениями, их расположением, оборудованием, персоналом, а также описать сами производственные процессы.

Большое внимание следует уделить вопросам обеспечения качества. Поэтому надо пояснить, как организована система выпуска продукции и каким образом будет осуществляться контроль над производственными процессами и над основными элементами, входящими в стоимость продукции (например, затраты труда и материалов).

Кроме того, необходимо включить в рассмотрение вопросы, связанные с размещением оборудования и наличием узких мест в технологических цепочках, а также со сроками поставок, числом основных поставщиков и временными затратами на увеличение или сокращение выпуска продукции.

8. Менеджмент

- ☐ Владельцы предприятий, директора и основной руководящий состав
- ☐ Экспертиза и отчетные материалы (детальные анкетные данные в качестве приложения)
- ☐ Вознаграждение руководящего состава
- ☐ Краткие выводы по планированию количества персонала и расширению штата
- ☐ Обучение, подготовка
- ☐ Консультанты, советники, менеджеры

Качество менеджмента является важнейшей характеристикой бизнеса. Инвестиции делаются в конкретных людей, а не в бизнес-план. Данный параграф, являющийся наиболее важным, должен объяснить, каким образом организована руководящая группа на вашей фирме, и описать основную роль каждого ее члена. Резонно провести анализ сильных и слабых сторон Вашей руководящей группы. Для их выявления можно воспользоваться услугами консультантов.

В бизнес-плане должны найти свое отражение механизмы поддержки и мотивации ведущих руководителей. Необходимо показать, каким образом Вы собираетесь заинтересовать их в достижении намеченных в бизнес-плане целей. Поэтому установите, как будет оплачиваться труд каждого руководителя.

9. Финансовые потребности

- ☐ Необходимые фонды и время их получения
- ☐ Предлагаемые варианты сделок
- ☐ Ожидаемый уровень воспроизводства

В этом параграфе следует представить свои соображения об объеме требуемых фондов, о том, к каким срокам они будут нужны и как будут использованы.

В случае акционерного инвестирования окончательные условия финансовой сделки требуют тщательного обсуждения с инвестором. Поэтому следует изложить лишь основу

будущей сделки, а детали оставить для дальнейших переговоров. Ваша главная задача - дать основное представление о финансовой структуре Вашего бизнеса и наметить справедливую с Вашей точки зрения цену за ту долю бизнеса, которую Вы собираетесь уступить инвестору.

10. Основные пункты финансового плана, степень риска

☐ Основные пункты финансового плана (объем продаж, прибыль, оборот капитала, себестоимость и т.д.)

☐ Комментарий к финансовому плану

☐ Риск и пути его снижения

Цель этого параграфа - высветить основные пункты из массы финансовых данных, содержащихся в следующем параграфе. Например, здесь должна быть упомянута вероятная стоимость компании в случае достижения всех ожидаемых результатов.

Здесь же следует остановиться и на степени риска, а также на проблемах, с которыми может столкнуться бизнес. Важно, чтобы главные рискованные моменты были переданы просто и объективно. Однако простое описание вероятного риска без изложения тех действий, которые могут свести его к минимуму, не только бесполезно, но и вредно.

11. Детальный финансовый план.

☐ Прибыль и убыток

☐ Анализ вкладов и рентабельности

☐ Анализ состояния наличности (ежемесячно в течение первого года)

☐ Анализ устойчивости

☐ Балансовый отчет (раз в год)

Вам необходимо включить в бизнес-план детальный финансовый план, по крайней мере, на три года. Он должен содержать в себе оценки прибыли и убытков по каждому кварталу, анализ состояния наличности (ежемесячно на первый год, затем - поквартально) и годовую балансовую ведомость. Наряду с прогнозами, должны быть приведены предпосылки, на которых эти прогнозы основаны. В частности, Вам необходимо обосновать прогнозы объемов продаж. Инвесторы особенно интересуются анализом состояния вкладов и уровня рентабельности, поскольку уровень рентабельности является индикатором риска.

12. Приложения

☐ Технические данные по продукции

☐ Подробности патентных документов

☐ Сообщения консультантов по продукции или рынкам

☐ Анкетные данные руководящих работников

☐ Сведения о порядке и методе проведения опросов и исследований

☐ Организационная схема

☐ Отчет по ревизии бухгалтерских документов

☐ Ф.И.О. бухгалтеров, юрисконсультов и банкиров

В столь ограниченном объеме, каким является бизнес-план, невозможно дать детальную информацию по всем вопросам. Для этих целей можно использовать приложения.

Студент имеет право получить консультацию по любому вопросу при возникновении затруднений, при изучении теоретического материала или выполнении самостоятельной работы.

Зачет определяется на основе суммы баллов, полученных по всем разделам по результатам самостоятельной работы при условии, что студент по каждому виду набрал количество баллов не менее зачетного минимума. Так зачет проставляется если студент в сумме набрал от 60-100 баллов. Неудовлетворительно ставиться - ниже 60 баллов.

Сумма баллов Оценка (ECTS) Градация

90 - 100 зачтено А отлично

85 - 89 зачтено В очень хорошо

75 - 84 зачтено С хорошо

70 - 74 зачтено D удовлетворительно

65 - 69 зачтено D удовлетворительно

60 - 64 зачтено E посредственно

Ниже 60 не зачтено F неудовлетворительно

В основу разработки данной бально-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется постоянно в процессе его обучения в университете. Настоящая система оценки успеваемости студентов основана на использовании совокупности контрольных точек, оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. При этом предполагается разделение всего курса на ряд более или менее самостоятельных, логически завершенных блоков и модулей и проведение по ним промежуточного контроля.

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

Методические рекомендации для преподавателя по организации изучения дисциплины.

Целью методических рекомендаций являются формирование теоретико-методологических знаний и закрепление профессиональных навыков в области решения прикладных задач в различных сферах государственной, корпоративной и общественной деятельности на основе учета закономерностей становления и развития цифровой экономики, общих свойств информации и особенностей управленческих процессов.

Методологические подходы к изучению дисциплины:

Направленность обучения на получение студентами качественных знаний, которые являются средством развития стратегического мышления, экономической культуры, основой экономического воспитания и поведения, будущего практического применения в различных сферах профессиональной деятельности.

□ Реализация возможностей студентов в процессе выявления дискуссионных вопросов и комплексных проблем, определения взаимосвязей, анализа разнообразной информации.

□ Развитие самостоятельности и способности принятия эффективных решений, определения выбора тех или иных действий с точки зрения их результативности.

Средства обеспечения освоения дисциплины

Общий подход к реализации всего программного комплекса предполагает широкое использование активных методических форм преподавания материала.

Необходимо также обратить внимание на сочетание различных форм и методов обучения, включая лекционную форму подачи наиболее фундаментальных положений, изложение доступного материала в виде непрерывного диалога, проведение практикумов, закрепляющих полученные теоретические знания посредством конкретных расчетов и принятия решений, проведение конкурсов среди учащихся по мере прохождения крупных разделов.

При изучении курса рекомендуется широко использовать наглядные пособия, презентации, фрагменты учебных кинофильмов по отдельным разделам дисциплины и обучающие программы.

Формы проведения учебных занятий:

- ☐ Практикумы (теоретические и практические задания).
- ☐ Ситуационные (творческие) задачи, вопросы для обсуждения (закрепление представлений учащихся об экономических понятиях и явлениях, навыков формирования конструктивных и конкретных вопросов).

Педагогические функции преподавания дисциплины реализуются через совокупность педагогических приемов. В качестве основных можно выделить следующие:

Дидактические (способность к передаче знаний в краткой и интересной форме, т. е. умение делать учебный материал доступным для студентов, опираясь на взаимосвязь теории и практики, учебного материала и реальной экономической действительности).

Рефлексивно-гностические (способность понимать студентов, базирующаяся на интересе к ним и личной наблюдательности; самостоятельный и творческий склад мышления; находчивость или быстрая и точная ориентировка).

Интерактивно-коммуникативные (педагогически волевое влияние на студентов, требовательность, педагогический такт, организаторские способности, необходимые как для обеспечения работы самого преподавателя, так и для создания хорошего психологического климата в учебной группе).

Речевые (содержательность, яркость, образность и убедительность речи преподавателя; способность ясно и четко выражать свои мысли и чувства с помощью речи, а также мимики и жестов).

Материально-техническое обеспечение дисциплины

При выполнении заданий, самостоятельных работ и подготовке учебно-методических комплексов предусматривается применение ПК. Необходимо обеспечить обращение к Интернет.

Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Методически обосновано изучать дисциплину в аудитории на лекциях и практических занятиях. Для наиболее эффективного изучения предусмотрена самостоятельная проработка студентами отдельных тем, освоение которых проверяется при презентации докладов. Целесообразно для увеличения времени проработки важных тем предусмотреть рассмотрение отдельных вопросов в форме дискуссий и диспутов, на конференциях. Кроме того, необходимо предусмотреть дополнительные консультации по сложным темам.

Автор(ы):

Силенко Аркадий Николаевич, к.т.н., доцент

Рецензент(ы):

д.э.н., профессор Фомина А.В.