

Приложение 6.28

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
«ПЕРЕЛЮБСКИЙ АГРАРНЫЙ ТЕХНИКУМ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
БИЗНЕС - ПЛАНИРОВАНИЕ**

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

Перелюб 2024 г.

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

Организация- разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Саратовской области «Перелюбский аграрный техникум»

Составитель:

Бадякшина Е.А. – мастер п/о преподаватель специальных дисциплин.

Солдатова Л.А. - мастер п/о преподаватель специальных дисциплин.

СОДЕРЖАНИЕ

–	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
–	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13
–	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16
–	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17
–	КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	19

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес-планирование

- **Область применения программы**

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

- **Место учебной дисциплины в структуре ППССЗ**

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

- **Цели и результаты освоения общеобразовательной дисциплины**

- **Цель общеобразовательной дисциплины**

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

- **Планируемые результаты освоения общеобразовательной дисциплины в соответствии с ФГОС СПО и на основе ФГОС СОО**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- Объем дисциплины и виды учебной работы

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

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

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

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

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

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

Оборудование учебного кабинета:

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

Технические средства обучения:

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

Демонстрационные материалы

Настенные карты, презентации.

Информационное обеспечение реализации программы

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

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

Основные источники (печатные издания)

Романова М.В. Бизнес-планирование: учебное пособие для СПО / М. В. Романова.
- М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2015. - 240 с.

Беликова, Е. В. Практикум по бизнес-планированию: учебное пособие / Е. В. Беликова. — Волгоград: ВГАФК, 2016. — 195 с.

Электронные издания (ресурсы)

Дополнительные источники

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Общая/профессиональная компетенция	Раздел/Тема	Тип оценочных мероприятий
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Р 1 Темы 1.1 -1.8	- тестирование; -кейс задания; -составление словаря терминов, либо кроссворда; -устный опрос;
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Р 1 Темы 1.1 -1.8	-фронтальный письменный опрос; -эссе, доклады, рефераты; -оценка составленных презентаций по темам раздела; -контрольная работа; -оценка самостоятельно выполненных заданий;
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Р 1 Темы 1.1 -1.8	-дифференцированный зачет проводится в форме тестирования
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий		
ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	Р 1 Темы 1.1 -1.8	1. защита реферата; 2. составление кроссворда; 3. фронтальный опрос; 4. контрольное тестирование;
ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе	Р 1 Темы 1.1 -1.8	5. оценивание практической работы;

ведения преддоговорной работы и продажи товаров		1. тестирование; 2. тестирование (контрольная работа);
ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж	Р 1 Темы 1.1 -1.8	
ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	Р 1 Темы 1.1 -1.8	
ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов	Р 1 Темы 1.1 -1.8	
ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	Р 1 Темы 1.1 -1.8	

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
«ПЕРЕЛЮБСКИЙ АГРАРНЫЙ ТЕХНИКУМ»**

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

Дисциплина: Бизнес-планирование

Специальность код: 38.02.08 Торговое дело

Преподаватель: Бадякшина Елена Александровна

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

Планирование содержания дисциплины

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

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

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

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