

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**



Рабочая программа дисциплины (модуля),  
как компонент образовательной программы  
высшего образования - программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
38.03.04 Государственное и муниципальное  
управление,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **Бизнес-планирование**

Направление подготовки: 38.03.04 Государственное и муниципальное  
управление

Направленность (профиль): Государственная политика и управление в  
транспортной отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде  
электронного документа выгружена из единой  
корпоративной информационной системы управления  
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 3068  
Подписал: заведующий кафедрой Ступникова Елена  
Анатольевна  
Дата: 30.06.2022

## 1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями дисциплины являются:

- формирование у студентов комплекса знаний, умений и навыков, в области бизнес-планирования;
- изучение основных элементов бизнес-планов;
- получение студентами специальных знаний в области концепций стратегического планирования деятельности предприятия в условиях рыночной экономики;
- приобретение навыков практического применения теоретических знаний;
- получение навыков бизнес-планирования и презентации самостоятельно разработанных бизнес-планов.

Задачи дисциплины:

- раскрыть сущность и значение бизнес-планирования в деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства;
- изучить основные подходы к созданию бизнес-плана;
- освоить классификацию и характеристику бизнес-планов;
- выявить требования к составлению бизнес-планов;
- определить последовательность разработки бизнес-планов;
- освоить методики расчёта экономических показателей в расчётных разделах бизнес-плана;
- обосновать выбор принципов стратегического управления фирмой;
- оценить деятельность фирмы;
- проанализировать конкурентные преимущества фирмы;
- составить бизнес-план деятельности фирмы;
- оценить эффективность бизнес-проекта и рисков по нему.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

**ПК-1** - Способен принимать участие в подготовке обобщающих аналитических материалов (докладов, отчётов, рекомендаций, записок и др.);

**ПК-6** - Способен участвовать в разработке стратегии развития транспортной отрасли, планировать и обосновывать мероприятия, направленные на ее реализацию.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

### **Знать:**

- основные принципы культуры безопасного труда в области профессиональной деятельности;
- роль и значение бизнес-плана;
- методологию и процессы развития бизнес-идеи;
- методы оценки выполнимости бизнес-идеи;
- процессы принятия решений для определения товаров и услуг, на продаже которых может основываться бизнес;
- применять методы принятия оптимальных решений, касающихся целевых аудиторий;
- методы определения круга потенциальных покупателей;
- методы удовлетворения потребности в выбранных товарах/услугах;
- методы оценки конкурентоспособности бизнес-идеи;
- маркетинговые стратегии;
- цели маркетингового планирования;
- тактики продвижения товаров/услуг на рынке;
- 4 «Р» (продукт, место, цена, продвижение) (product, place, price and promotion), взаимовлияние элементов 4 «Р» и расширенные модели маркетинг микса;
- роль рекламы, разнообразие рекламных стратегий;
- необходимость кратко-, средне- и долгосрочных целей для устойчивого развития бизнеса.

### **Уметь:**

- развивать идеи до бизнес-предложений;
- оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;
- оценивать риски, связанные с бизнесом;
- формировать и анализировать (сравнивать, соотносить) бизнес-концепции;
- анализировать целевые аудитории;
- принимать в расчет ценности, присущие разным целевым аудиториям;
- предлагать идеи для дальнейшего развития бизнеса (в т.ч. в порядке диверсификации);
- применять методы принятия оптимальных решений;
- принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;
- принимать необходимые решения для реализации маркетинговых мероприятий;
- разрабатывать маркетинговый план для компании;
- принимать в расчет формулу 4 «Р» для маркетинговых мероприятий;

- оценивать разные средства рекламы, разные рекламные стратегии;
- оценивать эффективность устойчивого развития;
- предлагать реализацию стратегий с разумным подходом к экологическим, социальным и экономическим факторам;
- обосновывать причины выбора конкретных организационных структур.

**Владеть:**

- навыками проектирования и прогнозирования;
- навыками применения на практике знаний, умений по составлению бизнес-планов для целевых аудиторий с использованием современных методик бизнес-планирования;
- навыками использования методов реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;
- навыками работы в команде и организовывать ее работу для реализации бизнес-планов по созданию нового продукта/предприятия и диверсификации существующего бизнеса;
- навыками оценки рисков ведения бизнеса на основе анализа факторов внешней и внутренней среды;
- навыками оценивания и обоснования потребности в финансировании бизнеса, а также использования различных финансовых инструментов;
- навыками маркетингового, инвестиционного и организационного планирования при разработке и обосновании бизнес-планов, а также анализа и оценивания параметров эффективности реализуемых бизнес-проектов.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Сем. №7
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	68	68
В том числе:		

Занятия лекционного типа	34	34
Занятия семинарского типа	34	34

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 76 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

#### 4. Содержание дисциплины (модуля).

##### 4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Тема 1. Основы бизнес-планирования: сущность и содержание бизнес-планирования. Рассматриваемые вопросы: - понятие и роль бизнес-плана в современном предпринимательстве; - классификация бизнес-проектов; - цели бизнес-проекта; - признаки бизнес-проекта; - основные участники проекта и их функции; - жизненный цикл бизнес-проекта; - особенности составления бизнес-плана для предприятия и для инвесторов.
2	Тема 2. Структура и содержание бизнес-плана. Рассматриваемые вопросы: - структура бизнес-плана по различным методикам; - вводная часть бизнес-плана; - описание предприятия и отрасли; - план маркетинга; - план производства; - организационный и юридический планы; - финансовый план; - анализ рисков; - титульный лист; - меморандум о конфиденциальности, аннотация, введение и оглавление; - резюме бизнес-плана.
3	Тема 3. Характеристика предприятия и отрасли: анализ внешней и внутренней среды

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<p>фирмы. (часть 1)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- характеристика предприятия;</li> <li>- стратегия развития и содержание деятельности фирмы;</li> <li>- характеристика вида отрасли, в которой работает предприятие;</li> <li>- PEST-анализ;</li> <li>- 5 сил Портера.</li> </ul>
4	<p>Тема 3. Характеристика предприятия и отрасли: анализ внешней и внутренней среды фирмы. (часть 2)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SWOT-анализ;</li> <li>- анализ финансового состояния предприятия, материальных ресурсов, величины запасов.</li> </ul>
5	<p>Тема 3. Характеристика предприятия и отрасли: анализ внешней и внутренней среды фирмы. (часть 3)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие конкуренции;</li> <li>- анализ конкурентоспособности фирмы;</li> <li>- анализ конкурентоспособного преимущества услуги;</li> <li>- конкурентные преимущества первого и второго порядка.</li> </ul>
6	<p>Тема 4. Исследование и анализ рынка, план маркетинга. Целевая аудитория. (часть 1)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- описание товара (услуги);</li> <li>- описание портрета потребителя;</li> <li>- анализ рынка производителей.</li> </ul>
7	<p>Тема 4. Исследование и анализ рынка, план маркетинга. Целевая аудитория. (часть 2)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ рынка потребителей;</li> <li>- сегментирование рынка;</li> <li>- ценообразование;</li> <li>- маркетинговые стратегии.</li> </ul>
8	<p>Тема 4. Исследование и анализ рынка, план маркетинга. Целевая аудитория. (часть 3)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- маркетинговый план;</li> <li>- маркетинговый бюджет;</li> <li>- стратегия товародвижения;</li> <li>- рекламные модели.</li> </ul>
9	<p>Тема 5. Производственный и организационный планы. Нотации бизнес-процессов. (часть 1)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определение местонахождения фирмы;</li> <li>- анализ затрат;</li> <li>- технологии;</li> <li>- планирование производства на основе плана продаж;</li> <li>- производственные мощности и их развитие;</li> <li>- охрана окружающей среды.</li> </ul>
10	<p>Тема 5. Производственный и организационный планы. Нотации бизнес-процессов. (часть 2)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ организационной структуры;</li> </ul>

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- квалификация персонала;</li> <li>- мотивирование персонала;</li> <li>- бизнес-процессы организации;</li> <li>- нотации бизнес-процессов.</li> </ul>
11	<p>Тема 6. Устойчивое развитие организации. (часть 1)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- миссия;</li> <li>- кратко-, средне- и долгосрочные цели по SMART;</li> <li>- антикризисный план;</li> <li>- методы и пути выхода из бизнеса.</li> </ul>
12	<p>Тема 7. Финансовый план и эффективность проекта. (часть 1)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ финансового состояния предприятия;</li> <li>- прогноз движения денежных средств;</li> <li>- прогноз баланса;</li> <li>- прогноз прибыли.</li> </ul>
13	<p>Тема 7. Финансовый план и эффективность проекта. (часть 2)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие дисконтированной стоимости;</li> <li>- определение ставки дисконтирования;</li> <li>- простые методы оценки: срок окупаемости, средняя норма прибыли, рентабельность инвестиций;</li> <li>- сложные методы оценки: NPV, IRR, MIRR, DPP;</li> <li>- точка безубыточности;</li> <li>- стратегии финансирования.</li> </ul>
14	<p>Тема 8. Оценка рисков. (часть 1)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- факторы риска;</li> <li>- анализ чувствительности проекта к различным факторам риска;</li> <li>- методы оценки риска;</li> <li>- составление вариантов развития событий.</li> </ul>
15	<p>Тема 8. Оценка рисков. (часть 2)</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планирование мероприятий по нейтрализации рисков;</li> <li>- метод сценариев;</li> <li>- метод Монте-Карло;</li> <li>- дерево решений;</li> <li>- методы теории игр;</li> <li>- методы минимизации проектных рисков.</li> </ul>
16	<p>Тема 9. Организационно правовые формы и ведение бухгалтерского учета.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организационно правовые формы;</li> <li>- варианты организации и ведения бухгалтерского учета;</li> <li>- аутсорсинг в организации.</li> </ul>

#### 4.2. Занятия семинарского типа.

##### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Практическое занятие 1 В результате практического занятия студенты познакомятся с различными методами генерации идей и методикой оценки бизнес-идеи.
2	Практическое занятие 2 В результате практического занятия студенты определяют факторы, влияющие на проект методом PEST-анализа.
3	Практическое занятие 3 В результате практического занятия студенты проведут анализ по методике 5 сил Портера.
4	Практическое занятие 4 В результате практического занятия студенты произведут анализ конкурентной среды.
5	Практическое занятие 5 В результате практического занятия студенты сформируют таблицу с факторами по методике SWOT, сделают количественный и качественный анализ SWOT, научатся формулировать стратегии.
6	Практическое занятие 6 В результате практического занятия студенты проанализируют продукцию и услуги на целевом рынке, выявят конкурентные преимущества продукции или услуг по проекту.
7	Практическое занятие 7 В результате практического занятия студенты составят портрета потребителя, проанализируют рынок производителей и потребителей.
8	Практическое занятие 8 В результате практического занятия студенты произведут сегментацию рынка по методике 5W Шеррингтона, познакомятся с методами ценообразования.
9	Практическое занятие 9 В результате практического занятия студенты выберут подходящую маркетинговую стратегию и рекламную модель для проекта на основе модели 7P.
10	Практическое занятие 10 В результате практического занятия студенты разработают план маркетинга и маркетинговый бюджет.
11	Практическое занятие 11 В результате практического занятия студенты выделяют ключевые бизнес-процессы организации и составят нотации бизнес-процессов.
12	Практическое занятие 12 В результате практического занятия студенты составят штатное расписание, определяют необходимость применения аутсорсинга, разработают организационную структуру компании на стартовом этапе и для периода развития компании.
13	Практическое занятие 13 В результате практического занятия студенты сформулируют миссию компании, цели по SMART, познакомятся с антикризисным планом и путями выхода из бизнеса.
14	Практическое занятие 14 В результате практического занятия студенты выберут стратегию финансирования проекта, составят прогноз движения денежных средств, прогноз прибыли и Модель Остервальдера.
15	Практическое занятие 15 В результате практического занятия студенты произведут финансовую оценку проекта простыми методами: срок окупаемости, средняя норма прибыли, рентабельность инвестиций.
16	Практическое занятие 16 В результате практического занятия студенты произведут финансовую оценку сложными методами: NPV, IRR, MIRR, DPP, рассчитают точку безубыточности.
17	Практическое занятие 17 В результате практического занятия студенты проанализируют факторы риска проекта, спланируют

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	мероприятия по нейтрализации рисков.

#### 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям.
2	Выполнение курсовой работы.
3	Подготовка к промежуточной аттестации.
4	Подготовка к текущему контролю.

#### 4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

Суть курсовой работы заключается в составлении бизнес-плана стартапа. Вся группа делится на команды (по 2 человека). Каждая команда, используя различные методы генерации идей, выбирает будущее направление деятельности организации-стартапа. Тема защищается перед группой и согласовывается с преподавателем.

#### 5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8377-7.	<a href="https://urait.ru/bcode/536212">https://urait.ru/bcode/536212</a> Текст: электронный. (дата обращения: 11.03.2024).
2	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6.	<a href="https://urait.ru/bcode/536534">https://urait.ru/bcode/536534</a> Текст: электронный. (дата обращения: 11.03.2024).
3	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5.	<a href="https://urait.ru/bcode/537021">https://urait.ru/bcode/537021</a> Текст: электронный. (дата обращения: 11.03.2024).
4	Долганова, О. И. Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для вузов / О. И. Долганова, Е. В. Виноградова, А. М. Лобанова ; под редакцией О. И. Долгановой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 322 с. — (Высшее образование).	<a href="https://urait.ru/bcode/536465">https://urait.ru/bcode/536465</a> Текст: электронный. (дата обращения: 11.03.2024).

	образование). — ISBN 978-5-534-17914-9.	
5	Одегов, Ю. Г. Аутсорсинг и аутстаффинг в управлении персоналом : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, Ю. В. Долженкова, С. В. Малинин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 389 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01055-8.	<a href="https://urait.ru/bcode/535818">https://urait.ru/bcode/535818</a> Текст: электронный. (дата обращения: 11.03.2024).
6	Воронцовский, А. В. Управление рисками : учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцовский. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 485 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12206-0.	<a href="https://urait.ru/bcode/536576">https://urait.ru/bcode/536576</a> Текст: электронный. (дата обращения: 11.03.2024).
7	Воронцовский, А. В. Управление инвестициями: инвестиции и инвестиционные риски в реальном секторе экономики : учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцовский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12441-5.	<a href="https://urait.ru/bcode/518787">https://urait.ru/bcode/518787</a> Текст: электронный. (дата обращения: 11.03.2024).
8	Воронцовский, А. В. Оценка рисков : учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцовский. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02411-1.	<a href="https://urait.ru/bcode/538387">https://urait.ru/bcode/538387</a> Текст: электронный. (дата обращения: 11.03.2024).
9	Кузнецов, Б. Т. Инвестиционный анализ : учебник и практикум для вузов / Б. Т. Кузнецов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02215-5.	<a href="https://urait.ru/bcode/536003">https://urait.ru/bcode/536003</a> Текст: электронный. (дата обращения: 11.03.2024).
10	Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0.	<a href="https://urait.ru/bcode/544594">https://urait.ru/bcode/544594</a> Текст: электронный. (дата обращения: 11.03.2024).
11	Основы цифровой экономики : учебник и практикум для вузов / М. Н. Конягина [и др.] ; ответственный редактор М. Н. Конягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 235 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13476-6.	<a href="https://urait.ru/bcode/543732">https://urait.ru/bcode/543732</a> Текст: электронный. (дата обращения: 11.03.2024).

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

<http://library.miit.ru/> - электронно-библиотечная система Научно-технической библиотеки МИИТ

<https://urait.ru/> - образовательная платформа ЮРАЙТ

<https://www.nalog.ru/> - Федеральная налоговая служба

Правовые системы:

Общероссийская Сеть Консультант-Плюс <http://www.consultant.ru/>

Система ГАРАНТ <http://www.garant.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Microsoft Office (Word, Excel, Power Point, Project Expert).

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения лекционных занятий необходима мультимедийная аудитория.

Для проведения практических занятий нужен компьютерный класс.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 7 семестре.

Курсовая работа в 7 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

старший преподаватель кафедры  
«Экономика транспортной  
инфраструктуры и управление  
строительным бизнесом»

И.А. Чунихина

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭТИиУСБ  
Председатель учебно-методической  
комиссии

Е.А. Ступникова

М.В. Ишханян