

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



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
базового высшего образования
по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Бизнес-планирование

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг и рыночная аналитика

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: 72869
Подписал: заведующий кафедрой Данилина Мария
Геннадьевна
Дата: 08.06.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения дисциплины являются: изучение предприятий и организаций как объектов предпринимательской деятельности, рассмотрение их развития в существующих условиях рынка и в условиях предполагаемого изменения объекта и внешней среды; выработка способности использовать современные инструменты визуализации при экономическом обосновании решений с учётом цифровых трансформаций бизнеса; выработка способности предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения, разрабатывать план действий на перспективу с учетом трендов цифровизации экономики.

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся навыков:

самостоятельного поиска и творческого подхода к решению практических задач бизнес-планирования; обоснования выбора цели, стратегии и тактики производственной и логистической деятельности предприятий и организаций; по технологии составления бизнес-плана; определения производственного потенциала предприятия и разработки его товарной, ресурсной, инвестиционной, маркетинговой, ценовой политики; выработки рекомендаций по совершенствованию эффективности функционирования и развития предприятий и организаций, оценке и управления их стоимостью.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ОПК-3 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения профессиональных задач с использованием современного инструментария;

ПК-2 - Способен планировать, организовывать и проводить маркетинговые исследования, формировать стратегию и инструментарий комплекса маркетинга.

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

Знать:

сущность и содержание бизнес-планирования и особенности его реализации с учётом изменения факторов внешней и внутренней среды организаций;

методы стратегического и конкурентного анализа;
особенности маркетингового обеспечения бизнес-плана;
современные подходы к моделированию бизнес-процессов на принципах маркетинга;

методы моделирования бизнес-процессов на принципах маркетинга;
структуру и содержание основных разделов бизнес-плана.

Уметь:

задавать и обосновывать выбор целей, стратегий и тактик деятельности организации для решения задач бизнес-плана с использованием современного инструментария;

осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных задач в бизнес-плане;

планировать, организовывать и проводить маркетинговые исследования для решения поставленных задач в бизнес-плане;

формировать маркетинговую стратегию в бизнес-плане;

планировать необходимые для достижения поставленных целей ресурсы и источники их поступления, а также осуществлять мониторинг, анализ и контроллинг их состояния.

Владеть:

навыками поиска, анализа и адаптации бизнес-идей;

навыками планирования, организации процесса разработки и проведения маркетинговых исследований применительно к решаемой задаче бизнес-планирования;

навыками выработки бизнес-идей и формирования бизнес-модели;

навыками моделирования бизнес-процессов на принципах маркетинга;

навыками разработки бизнес-плана создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

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	Семестр №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
Занятия семинарского типа	48	48

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 80 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	Бизнес как феномен системы рыночных отношений Рассматриваемые вопросы: -бизнес как система; -свойства и формы бизнеса; -бизнес и его участники.
2	Базовые понятия и методическое обеспечение бизнес-планирования Рассматриваемые вопросы: -сущность бизнес-плана; -содержание, цели и виды бизнес-плана; -назначение бизнес-плана; -субъекты бизнеса, заинтересованные в разработке бизнес-плана; -принципы бизнес-планирования; -методы стратегического и конкурентного анализа; -типовые методики бизнес-планирования; - методика UNIDO.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
3	<p>Бизнес-идея как инновационный замысел и бизнес-модель как концептуальная основа бизнес-плана</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие бизнес-идеи, источники; - методы выработки бизнес-идей; - критерии отбора; - сущность и значение бизнес-модели; - структура бизнес-модели; - комплексная схема разработки бизнес-модели; - типы бизнес-моделей в зависимости от структуры рынка; - концепция цифровой бизнес-модели.
4	<p>Организация разработки и структура бизнес-плана</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - общие требования и основные этапы бизнес-планирования; - основные этапы разработки, структура бизнес-плана; - содержание основных разделов бизнес плана.
5	<p>Моделирование бизнес-процессов на принципах маркетинга</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные подходы к моделированию бизнес-процессов; - базовые и современные методологии моделирования бизнес-процессов. Многоуровневые модели бизнес-процессов; - планирование и организация бизнес-процессов на принципах маркетинга; - методология моделирования маркетинговой деятельности организации на основе анализа цепочки добавления потребительской ценности.
6	<p>Маркетинговое обеспечение бизнес-плана</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - роль маркетингового плана в бизнесе; - связь маркетинговой кампании с бизнес-планом; - модели маркетингового планирования; - маркетинговые стратегии в бизнесе.
7	<p>Разработка производственного раздела бизнес-плана</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование производственной структуры организации; - планирование текущей производственной деятельности организации.
8	<p>Разработка организационного и финансового разделов бизнес-плана</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбор организационно-правовой формы; - планирование организационной структуры и затрат на персонал; - кадровая политика; - календарный план работ; - финансово-экономические результаты.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Бизнес-планирование как элемент экономической политики предприятия В результате выполнения практической работы студент отрабатывает навык анализа системы планирования на предприятии на основе цифровой трансформации его деятельности.
2	Кейс «Методы стратегического и конкурентного анализа» В результате выполнения кейса студент приобретает навыки адаптации методов стратегического и конкурентного анализа к отдельным сферам профессиональной деятельности.
3	Кейс «Методы стратегического и конкурентного анализа. Анализ» В результате выполнения кейса студент приобретает навыки адаптации методов стратегического и конкурентного анализа к отдельным сферам профессиональной деятельности.
4	Кейс «Методы выработки бизнес-идей. Метод вопросника. Метод» В результате выполнения кейса студент получает навык разработки и визуализации бизнес-идей.
5	Кейс «Методы выработки бизнес-идей. Метод SCAMPER» В результате выполнения кейса студент получает навык разработки и визуализации бизнес-идей.
6	Кейс «Разработка бизнес-модели» В результате выполнения кейса студент получает навык построения бизнес-моделей для различных видов бизнеса, исходя из сложившейся конъюнктуры рынка.
7	Структура и вводная часть бизнес-плана В результате выполнения практической работы студент получает навык построения структуры бизнес-плана, а также навык описания проектируемого бизнеса.
8	Кейс «Моделирование бизнес-процессов» В результате выполнения кейса студент приобретает навык цифрового моделирования бизнес-процессов.
9	Кейс «Анализ бизнес-среды организации» В результате выполнения кейса студент приобретает навык проведения маркетингового анализа бизнес-среды
10	Кейс «Маркетинговый план и стратегия продаж» Кейс «Маркетинговый план и стратегия продаж»
11	Кейс «Маркетинговые коммуникации организации» В результате выполнения кейса студент приобретает навык составления плана PR и рекламы (маркетинговых коммуникаций).
12	Разработка основных разделов бизнес-плана В результате выполнения кейса студент приобретает навык определения показателей маркетингового, производственного, организационного, финансового разделов бизнес-плана с учетом цифровых трансформаций бизнеса, а также навык визуализации полученных результатов.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям.
2	Работа с лекционным материалом.
3	Работа с литературой.
4	Выполнение курсовой работы.
5	Подготовка к промежуточной аттестации.
6	Подготовка к текущему контролю.

4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

1. Клиентоориентированный подход к бизнес-планированию и оптимизация бизнес-процессов
2. Анализ бизнес-портфеля организации и выработка маркетинговых решений
3. Разработка бизнес-плана организации
4. Маркетинг малого бизнеса
5. Исследование лояльности потребителей для целей бизнес-планирования
6. Маркетинговое обеспечение бизнес-плана
7. Программа маркетинга в бизнес-плане организации
8. Комплекс маркетинговых коммуникаций в бизнес-плане
9. Маркетинговое планирование в бизнес-плане
10. Рекомендации по совершенствованию плана маркетинга в бизнес-плане.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20234-2	https://urait.ru/bcode/584388 (дата обращения: 02.06.2026) – Текст: электронный.
2	Лопарева, А.М. Бизнес-планирование :	https://urait.ru/bcode/587449 (дата обращения: 02.06.2026) – Текст: электронный.

	учебник для вузов / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534- 08683-6	
3	Купцова, Е.В. Бизнес- планирование: учебник и практикум для вузов / Е.В. Купцова; ответственный редактор А.А. Степанов. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916- 8377-7.	https://urait.ru/bcode/583225 (дата обращения: 02.06.2026) – Текст: электронный.
4	Рахимянова И.А. Разработка бизнес-плана создания организации: учебно- методическое пособие к курсовой работе для бакалавров по направлениям 38.03.01 «Экономика», 25.03.03 «Аэронавигация» / И.А. Рахимянова. – М.:	https://library.mii.ru/bookscatalog/2024/Uchebno-metodicheskoe_posobie_Biznes-planirovanie_2025_bakalavriat.pdf (дата обращения: 02.06.2026) – Текст: электронный.

	РУТ (МИИТ), 2025. – 20 с.	
5	Структура и правила оформления курсовых работ (проектов), отчетов по практикам и выпускных квалификационных работ / Е.А. Иванова, Н.В. Королькова, Т.А. Флягина – М.: РУТ (МИИТ). – 2025. – 44 с.	https://library.miit.ru/bookscatalog/2024/MU_oformlenie_VKR_i_dr.2025.pdf (дата обращения 05.06.2026) — Текст : электронный

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

Официальный сайт РУТ (МИИТ): <https://www.rut-miit.ru/>.

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ): <http://library.miit.ru>

Образовательная платформа «Юрайт»: <https://urait.ru/>.

Электронно-библиотечная система издательства «Лань»: <http://e.lanbook.com/>.

Федеральная служба государственной статистики: <https://rosstat.gov.ru/>

Министерство экономического развития Российской Федерации: <https://www.economy.gov.ru>

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

Яндекс.Браузер (или другой браузер).

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft Office.

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

Для проведения аудиторных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Курсовая работа в 6 семестре.

Экзамен в 6 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

доцент, к.н. кафедры «Экономика и
управление на транспорте»

И.А. Рахимянова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян