

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
38.03.02 Менеджмент,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Маркетинговое обеспечение бизнес-планирования и бизнес-процессов

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: 20.05.2025

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения дисциплины является изучение методологии планирования, организации и проведения маркетинговых исследований с целью разработки плана действий на перспективу.

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся навыков:

самостоятельного поиска к решению практических задач бизнес-планирования;

обоснования выбора цели, стратегии и тактики проведения маркетинговых исследований при разработке бизнес-плана;

планирования и организации маркетингового обеспечения бизнес-плана;

планирования и организации бизнес-процессов на принципах маркетинга.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ОПК-4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

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

ПК-4 - Способен управлять элементами комплекса маркетинга в цифровой среде для решения профессиональных задач, исходя из сложившейся конъюнктуры рынка.

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

Знать:

методы стратегического и конкурентного анализа;

особенности маркетингового обеспечения бизнес-плана;

современные подходы к моделированию бизнес-процессов;

методы моделирования бизнес-процессов на принципах маркетинга;

типовые методики бизнес-планирования;

методы выработки бизнес-идей;

структуру бизнес-модели;
структуру и содержание основных разделов бизнес-плана.

Уметь:

организовывать маркетинговые исследования, необходимые для достижения целей бизнес-планирования;

выбирать технологию реализации маркетинговых исследований применительно к решаемой задаче бизнес-планирования;

моделировать бизнес-процессы с использованием инструментов комплекса маркетинга;

разрабатывать бизнес-план создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Владеть:

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	32	32
Занятия семинарского типа	32	32

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	Место планирования в управлении бизнесом Рассматриваемые вопросы: - необходимость планирования; - сущность планирования и прогнозирования.
3	Базовые понятия 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.
4	Методическое обеспечение бизнес-планирования Рассматриваемые вопросы: - методы стратегического и конкурентного анализа; - типовые методики бизнес-планирования; - методика UNIDO.
5	Информация как основа планирования Рассматриваемые вопросы: - классификация информации для целей бизнес-планирования; - классификация рисков информационного обеспечения бизнес-планирования.
6	Бизнес-идея как инновационный замысел Рассматриваемые вопросы: - понятие бизнес-идеи, источники;

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- методы выработки бизнес-идей; - критерии отбора.
7	Бизнес-модель как концептуальная основа бизнес-плана Рассматриваемые вопросы: - 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.
8	Организация разработки и структура бизнес-плана Рассматриваемые вопросы: - общие требования и основные этапы бизнес-планирования; - основные этапы разработки, структура бизнес-плана; - содержание основных разделов бизнес плана.
9	Моделирование бизнес-процессов на принципах маркетинга Рассматриваемые вопросы: - 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.
10	Маркетинговое обеспечение бизнес-плана Рассматриваемые вопросы: - роль маркетингового плана в бизнесе; - связь маркетинговой кампании с бизнес-планом; - модели маркетингового планирования; - маркетинговые стратегии в бизнесе.
11	Разработка производственного раздела бизнес-плана Рассматриваемые вопросы: - формирование производственной структуры организации; - планирование текущей производственной деятельности организации.
12	Разработка организационного и финансового разделов бизнес-плана Рассматриваемые вопросы: - 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.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
2	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.
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» В результате выполнения кейса студент приобретает навык составления плана маркетинга, плана 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 практического задания студент приобретает навык определения показателей маркетингового, производственного, организационного, финансового разделов бизнес-плана создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

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

4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

В течение семестра студент выполняет курсовую работу на одну из следующих тем:

1. Клиентоориентированный подход к бизнес-планированию и оптимизация бизнес-процессов
2. Маркетинговый план в бизнесе
3. Разработка бизнес-плана транспортного предприятия
4. Бизнес-план предприятий в области ВСМ
5. Бизнес-план и его связь с программой маркетинга
6. Программа маркетинга в бизнес-плане транспортного предприятия
7. Маркетинговое планирование в составе бизнес-плана
8. План маркетинга в бизнес-плане
9. Маркетинговое обеспечение бизнес-плана
10. Рекомендации по совершенствованию плана маркетинга в бизнес-плане маркетингового плана.

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/561734 (дата обращения: 06.05.2025). – Текст: электронный.
2	Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для вузов / А. М. Лопарева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 273с. – ISBN 978-5-534-13541-1.	https://urait.ru/bcode/495509 (дата обращения: 06.05.2025). – Текст: электронный.
3	Купцова, Е. В. Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 435 с. – ISBN 978-5-9916-8377-7.	https://urait.ru/bcode/489327 (дата обращения: 06.05.2025). – Текст: электронный.
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, 2025. — 322 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17914-9	https://urait.ru/bcode/560175 (дата обращения: 06.05.2025).. – 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.miit.ru/>.

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

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

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU:
<https://www.elibrary.ru/>.

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант».

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).

Интернет-браузер - программа для просмотра веб-страниц (Яндекс. Браузер и др.).

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:

Зачет в 6 семестре.

Курсовая работа 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

старший преподаватель кафедры
«Экономика и управление на
транспорте»

Ж.В. Смирнова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян