

Аннотация рабочей программы дисциплины «Бизнес-анализ»

Целью освоения дисциплины «Бизнес-анализ» является формирование комплекса знаний о современных методах и моделях диагностики проблем субъектов хозяйствования, углубленное изучение методологии и современной практики анализа бизнес-деятельности, умений и навыков обоснования управленческих решений, направленных на повышение конкурентоспособности и эффективности бизнеса, выбора и реализации методов проведения аналитического обеспечения разработки стратегии изменений организации.

Задачи дисциплины:

- приобрести систему знаний о методах моделирования и моделях диагностики проблем субъектов хозяйствования, позволяющих принимать соответствующие решения в условиях рыночной экономики;
- овладеть основными навыками методологии и современной практики анализа бизнес-деятельности;
- научиться постановке экономических задач и их реализации для обоснования управленческих решений;
- сформировать навыки обоснованного выбора инструментальных средств обработки экономических данных в соответствии с поставленными задачами профессиональной деятельности;
- приобрести навыки постановки конкретных задач и разработки их обоснованных решений.

Тема.

Основные вопросы

Бизнес-анализ в системе управления предприятием

1. Место, роль и взаимосвязь дисциплины «Бизнес-анализ» с другими учебными курсами.
2. Бизнес-анализ как совокупность методик и информационно-аналитических технологий.
3. Бизнес-анализ как процесс диагностики деятельности компании и ее бизнес-среды, обоснования направлений развития бизнеса.
4. Рыночная среда и финансовый механизм предприятия.
5. Теоретические основы бизнес-анализа и основные концепции.
6. Направления бизнес-анализа и особенности его организации.

Информационное обеспечение бизнес-анализа

1. Формирование информационной базы бизнес-анализа.
2. Макроэкономическая, региональная и отраслевая информация для анализа.
3. Финансовая и управленческая отчетность, консолидированная отчетность, сегментарная отчетность.
4. Результаты маркетинговых исследований.

Бизнес-анализ предпринимательских рисков

1. Характеристика отдельных теорий предпринимательского риска.

2. Экономическое содержание предпринимательских рисков. Классификация предпринимательских рисков по Дж. Кейнсу.

3. Современные классификации предпринимательских рисков.

4. Характеристика этапов управления предпринимательскими рисками. Характеристика основных методов уменьшения предпринимательского риска.

5. Основные методы количественной оценки предпринимательского риска.

6. Характеристика основных методов компенсации рискованных потерь.

Бизнес-анализ ценовой стратегии и тактики предприятия

1. Характеристика ценовой стратегии и тактики предприятия.

2. Прогнозирование конъюнктуры рынка и финансовая стратегия предприятия.

3. Оценка рыночных условий и выбор модели ценовой политики.

4. Методы определения базовой цены.

5. Формы и методы регулирования цен на предприятии

6. Основные аспекты маркетинга на предприятии.

Технологии финансового бизнес-анализа

1. Значение планирования затрат в современных условиях.

2. Классификация затрат предприятия. Цели и методы планирования затрат на производство и реализацию продукции.

3. Методы дифференциации издержек обращения: метод максимальной и минимальной точки; графический (статистический) метод; метод наименьших квадратов.

4. Использование методов операционного анализа при определении оптимальной величины себестоимости продукции.

5. Оценка совокупного эффекта воздействия операционного и финансового рычагов.

6. Пути снижения совокупного риска предприятия

Бизнес-анализ финансового обеспечения предпринимательства

1. Традиционные и новые методы краткосрочного финансирования.

2. Оптимизация выбора комбинации финансирования: консервативный, умеренный, агрессивный подход.

3. Формы краткосрочного финансирования: страхование, форвардные и фьючерсные контракты, операции репо.

4. Стратегия финансового роста.

5. Лизинг как форма мобилизации средств. Преимущества и недостатки лизинга.

6. Источники финансового обеспечения предпринимательства и проблемы их эффективного использования.

Бизнес-анализ эффективности предпринимательства

1. Прогнозирование финансовой устойчивости.

2. Прогнозирование финансовой несостоятельности и вероятности банкротства компании.

3. Методики анализа эффективности бизнеса: система сбалансированных показателей, стратегические карты, призма эффективности, панели управления.

4. Затратный и ресурсный подходы к оценке эффективности бизнеса.

5. Система показателей оценки эффективности в соответствии с американскими стандартами управленческого учета.

6. Финансовые и нефинансовые показатели для оценки эффективности бизнеса на разных уровнях его организации.

7. Распределение прибыли и эффективность функционирования предприятия.

8. Существующие теории дивидендной политики. Факторы, определяющие дивидендную политику.

Стратегический бизнес-анализ предпринимательства

1. Проблема выбора методов и методик стратегического анализа.

2. Использование качественных методов в стратегическом анализе.

3. SWOT-анализ, PEST-анализ, GAP-анализ и другие методы стратегического анализа.

4. Метод экспертных оценок в стратегическом анализе.

5. Система аналитических показателей стратегического анализа.

6. Использование сбалансированной системы показателей в стратегическом анализе.

7. Разработка стратегии в условиях определенности.

8. Разработка стратегии в условиях неопределенности.

9. Оценка эффективности стратегии

Инвестиционный бизнес-анализ предпринимательства

1. Система показателей, информационное обеспечение анализа инвестиционной деятельности организации.

2. Анализ состава, структуры и источников финансирования инвестиций.

3. Методы оценки эффективности инвестиций.

4. Сравнительный анализ показателей эффективности инвестиционных проектов.

5. Оценка риска долгосрочных инвестиций.

6. Оценка влияния инфляции на эффективность инвестиционных проектов.

7. Аналитическая оценка инвестиционной привлекательности бизнеса.

Маркетинговый бизнес-анализ предпринимательства

1. Цель и задачи маркетингового анализа. Методы маркетингового анализа.

2. Информационная и нормативная база для проведения маркетингового анализа.

3. Порядок проведения анализа и оценки состояния конкуренции на товарном рынке.

4. Основные количественные и качественные показатели, характеризующие емкость, потенциал, структуру рынка.

5. Признаки сегментации рынков и показатели анализа сегментов рынка.

6. Показатели анализа клиентов, поставщиков, конкурентов.

7. Методы анализа товарных (ассортиментных) групп (позиций).

8. Анализ контролируемых маркетингом факторов. Анализ конкурентоспособности компании.

Курсовая работа

Объем дисциплины 8 з.е.

Форма промежуточного контроля – экзамены, курсовая работа.