

Аннотация рабочей программы дисциплины «Анализ бизнеса»

Цель дисциплины: формирование целостной системы знаний, умений и практических навыков в области теории и практики анализа бизнеса независимо от отраслевой принадлежности

Задачи дисциплины:

- формирование комплекса знаний о концептуальных основах и дискуссионных аспектах анализа бизнеса;
- освоение методического инструментария анализа бизнеса с учетом его отраслевой специфики;
- освоение процесса формирования информационно-аналитической базы оценки бизнеса и техники её проведения;
- формирование практических умений и навыков самостоятельного выбора методического инструментария для анализа бизнеса, используя бухгалтерскую (финансовую) отчетность, внутреннюю и внешнюю информацию;
- формирование практических умений и навыков самостоятельного проведения аналитических процедур и на этой основе оценивать бизнес-возможности и их последствия;
- формирование навыков аналитического мышления, позволяющих интерпретировать информацию, полученную по результатам аналитической деятельности, и на ее основе обосновывать оптимальные управленческие решения в сфере профессиональной деятельности.

Перечень тем и основных вопросов:

Тема 1. Бизнес как объект анализа

1. Родовые признаки и концепции бизнеса.
2. Типология бизнеса.
3. Основные модели и стержневые процессы современного бизнеса.
4. Роль и функции аналитика в управлении бизнесом.
5. Факторы, определяющие организацию аналитических процедур в бизнесе.
6. Концепция VUCA и её особенности в контексте задач современного бизнеса.

Тема 2. Методический инструментарий оценки бизнеса

1. Информационная база принятия управленческих бизнес-решений.
2. Система экономических показателей, применяемая в аналитической практике.
3. Традиционные методы и подходы экономического анализа.
4. Матричные методы анализа бизнеса.
5. Диагностический анализ и возможности его применения.
6. Балльно-рейтинговые методы оценки и анализа бизнеса.
7. Техники бизнес-анализа.

Тема 3. Анализ производственной программы бизнеса

1. Производственная программа: понятие, аналитические процедуры разработки и реализации.
2. Анализ спроса на продукцию.
3. Анализ и оценка эффективности ассортиментных программ.
4. Анализ риска невостребованной продукции.
5. Анализ ценовой политики.

Тема 4. Методический инструментарий анализа эффективности использования ресурсов и ресурсного потенциала бизнеса

1. Ресурсы и ресурсный потенциал бизнеса: понятие, основные составляющие, цель и задачи анализа.
2. Традиционные методы анализа эффективности использования ресурсов и ресурсного потенциала бизнеса.
3. Эффективность использования ресурсов: система показателей и методические подходы к оценке.
4. Эффективность использования ресурсного потенциала: система показателей и методические подходы к оценке.

Тема 5. Анализ микроокружения бизнеса

1. Понятие заинтересованных сторон, ключевые стейкхолдеры бизнеса.
2. Анализ поставщиков: понятие, основные этапы, методы и управленческие решения.
3. Анализ посредников: понятие, основные этапы, методы и управленческие решения.
4. Анализ потребителей: понятие, основные этапы, методы и управленческие решения.

5. Анализ конфликтов с заинтересованными лицами.

Тема 6. Методический инструментарий анализа конкурентоспособности бизнеса

1. Конкурентоспособность: понятие, виды, цель и задачи анализа.
2. Характеристика подходов к исследованию конкурентоспособности бизнеса.
3. Анализ источников конкурентных преимуществ.
4. Выбор показателей конкурентоспособности бизнеса и методов её оценки.
5. Выбор показателей конкурентоспособности продукции (услуг) и методов её оценки.

Тема 7. Прикладной инструментарий маркетингового анализа для обоснования развития бизнеса

1. Маркетинговый анализ в системе управления результативностью бизнеса.
2. Метрики (система измерений) результативности бизнеса.
3. *ABC-XYZ-HLM*-анализ как метод повышения операционной эффективности бизнеса.
4. Процесс формирования и анализа клиентской базы.
5. Оценка качества клиентской базы посредством её дифференциации и анализа динамики продаж.
6. Способы масштабирования бизнеса.

Тема 8. Прикладной инструментарий стратегического анализа для обоснования развития бизнеса

1. Методические подходы к анализу внешней среды бизнеса.
2. Методические подходы к анализу внутренней среды бизнеса.
3. Методические подходы к формированию профиля основных конкурентов бизнеса.
4. *SPACE*-анализ как метод обоснования стратегии развития бизнеса.

Тема 9. Прикладной инструментарий обоснования развития стратегических активов бизнеса

1. Стратегические активы как технологический ресурс бизнеса и источник конкурентных преимуществ.
2. Амортизационная политика как инструмент управления стратегических активов
3. Комплексный подход оценки основных средств для обоснования стратегии развития бизнеса.
4. Мониторинг развития стратегических активов бизнеса на основе корпоративной отчетности.

Тема 10. Аналитические методы мониторинга и контроля бизнес-рисков: теория и примеры

1. Сбалансированная система показателей (*ССП*) как методика оценки бизнеса: понятие и основные направления её современного развития.
2. Аналитический инструментарий контроля финансовой безопасности бизнеса.
3. Применение *ССП* для разработки ключевых показателей эффективности управления бизнесом (на примере *IT*-сектора).
4. Оценка рисков бизнеса (на примере транспортно-логистической компании и строительного бизнеса).

Объем дисциплины – 7 з. е.

Форма промежуточного контроля – зачет, курсовой проект, экзамен.