

**АННОТАЦИЯ**  
**Дисциплины Б1.В.13 «Современные бизнес-стратегии»**  
**Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика**  
**Направленность (профиль) Электронный бизнес**

**Объем трудоемкости:** 6 зачетных единицы -216 часов.

**Цель дисциплины:**

Целью изучения дисциплины «Современные бизнес-стратегии» является овладение обучающимися системой знаний и формирования у них комплекса навыков планирования современного бизнеса в изменяющихся условиях рынка России.

**Задачи дисциплины:**

- изучить роль бизнес–планирования в системе управления компанией;
- выявить необходимость и преимущества применения бизнес–планирования в деятельности предприятий;
- определить цели и задачи бизнес–планирования;
- познакомить со структурой бизнес-плана;
- объяснить взаимосвязь основных разделов бизнес-плана;
- проанализировать типичные ошибки и недостатки в бизнес–планировании;
- развить у обучающихся навыки деловой активности с помощью организации составления бизнес-планов.

**Место дисциплины в структуре ООП ВО**

Дисциплина «Современные бизнес-стратегии» относится к вариативной части учебного плана.

Для изучения дисциплины необходимо знания, сформированные в результате освоения таких дисциплин, как:

- Оценка бизнеса;
- Эффективность информационно-телекоммуникационного консалтинга;
- Современные бизнес-технологии.

**Требования к уровню освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-2, ПК-25, ПК-27

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-25	способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка	- виды и формы современного предпринимательства в России; -экономические, социальные и правовые условия, необходимые для его осуществления в России; -порядок создания нового предприятия; - методы выбора	- организовать новое предприятие; - разработать бизнес-план малого бизнеса; - выбрать и реализовать современную форму организации малого бизнеса; использовать на практике	- работы с отчетностью организаций; -работы с нормативной документацией и методиками по основным направлениям применен

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			<p>организационно-правовой формы малого предприятия-инфраструктуру предприятий малого и среднего бизнеса</p> <p>- особенности менеджмента малого бизнеса;</p> <p>- технологию и функции менеджмента малого предприятия;</p> <p>- систему государственной поддержки малого бизнеса в России;</p> <p>- нормативную базу бизнес-планирования;</p> <p>-систему методов и инструментов бизнес-планирования;</p>	<p>особенности управления бизнес-технологиями предприятия;</p> <p>- применить различные технологии управления различными бизнес-процессами предприятия;</p> <p>-применять методы исследования рынка с целью формирования маркетинговой политики предприятия;</p> <p>-анализировать сильные и слабые стороны предприятия, его конкурентные преимущества;</p> <p>-использовать эффективные методы продвижения продукции предприятия на рынок;</p>	<p>ия современных бизнес-технологий;</p> <p>- технологиями управления ключевым и бизнес-процессами и предприятиями.</p>
2	ПК-2	<p>проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий</p>	<p>теорию рынка и фирмы</p> <p>технологии и методы первичных маркетинговых исследований</p> <p>методы анализа прикладной области, информационны</p>	<p>производить пошаговую детализацию анализировать и выявлять проблемы экономического характера при анализе деятельности фирмы на рынке</p>	<p>методами исследования потребителей, конкурентов и других субъектов маркетинговой среды</p>

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			х потребностей, формирования требований к ИС	(конкуренция, ценовая дискриминация), предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты, разрабатывать и обосновывать варианты эффективных хозяйственных решений  формировать итоговые отчеты и презентации результатов маркетинговых исследований;	фирмы; технологиями формирования структуры маркетинговых исследований; приемами сбора и обработки маркетинговой информации;
3.	ПК-27	способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг	технологии исследования рынка; - технологии формирования плана производства предприятия;- технологии разработки финансового плана предприятия;- технологии инвестиционного планирования.	использовать основные методы ценообразования;- анализировать и осуществлять основные расчеты плана производства;- анализировать и осуществлять основные расчеты финансового плана предприятия;- анализировать и осуществлять основные расчеты оценки эффективности инвестиционных планов и	- работы с отчетностью организаций;- работы с нормативной документацией и методиками по основным направлениям применения современных бизнес-технологий;- технологии

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
				программ.	управления ключевыми бизнес-процессами предприятия.

#### Основные разделы дисциплины:

№	Наименование разделов	Всего	Количество часов					Самостоятельная работа
			Контактная работа				Конт роль	
			Л	ПЗ	ИКР	КСР		
1.	Предмет и задачи курса. Теория организации	33	7	8		2		16
2.	Исследование систем управления Организационное поведение	35	7	10		2		16
3.	Планирование и организация бизнес - технологий на предприятии	35	7	10		2		16
4.	Технологии изучения рынка	34	6	10		2		16
5.	Конкуренция и конкурентные преимущества предприятия	42,8	7	10		2		23,8
	<b>Итого по дисциплине</b>	<b>179,8</b>	<b>34</b>	<b>48</b>		<b>10</b>		<b>87,8</b>
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,5			0,5			
	Контроль	35,7					35,7	
	<i>Всего:</i>	216	34	48	0,5	10	35,7	87,8

**Курсовые работы:** *не предусмотрены*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *зачет, экзамен*

#### Основная литература:

1. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. П. Реброва. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 186 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9092-8. <https://www.biblio-online.ru/viewer/877B0C3B-7771-495B-BBFF-EB58FDFFE4E8#page/1> ЭБС. URL <https://www.biblio-online.ru/viewer/877B0C3B-7771-495B-BBFF-EB58FDFFE4E8#page/1>