

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

СОГЛАСОВАНО:

Выпускающая кафедра ЭТиУЧР
Заведующий кафедрой ЭТиУЧР



И.А. Епишкин

08 сентября 2017 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

08 сентября 2017 г.

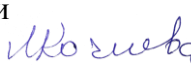
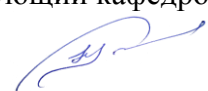
Кафедра "Экономика и управление на транспорте"

Автор Иванов Константин Николаевич, к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Внутрифирменное планирование»

Направление подготовки:	38.03.01 – Экономика
Профиль:	Экономика труда
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2015

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 06 сентября 2017 г. Председатель учебно-методической комиссии  Л.Ф. Кочнева	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 2 04 сентября 2017 г. Заведующий кафедрой  Н.П. Терёшина
--	--

Москва 2017 г.

1. Цели освоения учебной дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Внутрифирменное планирование» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» профиль «Экономика персонала». Дисциплина формирует у слушателей системное видение и модель методологического аппарата анализа и планирования деятельности компании. Выполнение этой цели означает создание основы для развития навыков внутрифирменного планирования в современной рыночной среде.

Задачи дисциплины:

- Показать основы экономических и организационно-социальных изменений, происходящие в компаниях при смещении акцентов с производственного на маркетинговые принципы планирования и управления;
- Сформировать модель, базирующуюся на системном охвате всех сторон деятельности современной компании с выделением уровней и горизонта планирования;
- Сфокусировать концепцию проблематики внутрифирменного планирования на методических принципах планирования;
- Развить навыки принятия управленческих решений в области внутрифирменного планирования.

В результате освоения курса «Внутрифирменное планирование» студент должен знать:

принципы планирования на предприятии;

современные инструменты внутрифирменного планирования;

функции планирования;

основные информационных источников для целей планирования;

методы сбора информации для целей планирования;

последовательность внутрифирменного планирования;

функции структурных подразделений, занимающихся планированием на предприятии;

структуру плановых документов предприятия.

уметь:

использовать инструменты внутрифирменного планирования;

осуществлять необходимые расчеты индикативных показателей в плановых документах;

составлять и заполнять плановые документы предприятия;

анализировать плановые показатели;

обосновывать по итогам проводимых расчетов управленческие решения.

владеть навыками:

построения системы бюджетирования на предприятии.

разработки и реализации стратегического, тактического, оперативного, маркетингового и финансового планирования на предприятии.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Внутрифирменное планирование" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-2	способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач
ПК-11	способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической

	эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий
--	---

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

3 зачетные единицы (108 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Активные формы проведения занятий: деловая ситуация «Сайт белых воротничков», деловая ситуация «Загадка из алюминия». Интерактивные формы формирования компетенций: разбор кейсов. Встреча со специалистами-практиками: лекции представителей менеджмента ОАО «РЖД» и других транспортных компаний и организаций. Проведение тестирования.

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Планирование в условиях рынка

1.1. Основные понятия внутри-фирменного планирования

План фирмы как система взаимосвязанных решений, нацеленных на создание желаемого будущего фирмы;

функция управления;

Планирование как система сознательно принимаемых управленческих решений, которые заменяют рыночные механизмы во внутренней деятельности фирмы;

Планирование как процесс, направленный на создание одного или нескольких будущих состояний предприятия;

Основные вопросы, на которые отвечает система планирования;

Преимущества планирования.

1.2. Планирование в рыночной экономике

Планирование и маркетинговые концепции;

Планирование на микроуровне;

Интерес конечного потребителя в процессе планирования.

1.3. Предприятие как объект планирования

Свойства предприятия как объекта планирования;

Причины появления планирования на предприятии;

Внешняя и внутренняя среда предприятия: контролируемые и неконтролируемые факторы.

РАЗДЕЛ 1

Планирование в условиях рынка

1.4. Принципы планирования

Принцип единства основан на представлении предприятия как единого целого (системный подход);

Принцип непрерывности - планирование на предприятии должно осуществляться постоянно в рамках установленного цикла;

Принцип гибкости - предполагает возможность корректировки планов при изменении внешних и внутренних условий;

Точность планирования может быть повышена за счет установления более тесных контактов с заказчиком, их участия в формировании планов предприятия.

1.5. Классификация и формы организации планирования

Классификации планирование: по широте охвата; по функции; по подфункции; по временному периоду; по степени детализации планов; по обязательности выполнения.

Формы организации планирования;

Объемные и удельные показатели планирования.

1.6. Подходы к планированию

Реактивный подход – план ориентируется на прошлое, то есть предполагается, что прошлые тенденции сохранятся;

Инактивный подход – предприятие плывет по течению (инертность), существующие внешние и внутренние условия воспринимаются как приемлемые;

Преактивный (упреждающий) подход – ориентирован на будущие изменения, на поиск оптимальных решений в условиях изменений;

Интерактивное (адаптивное) планирование предполагает, что будущее можно контролировать и на него можно воздействовать, поэтому главной целью планирования при таком подходе является проектирование будущего.

РАЗДЕЛ 2

Стратегическое планирование

2.1. Сущность и структура стратегического планирования

Функции стратегического планирования; распределение ресурсов; адаптация к внешней среде; координация и регулирование хозяйственных процессов; организационные изменения.

2.2. Основные этапы стратегического планирования

Процесс стратегического планирования; миссия предприятия; целевая ориентация компонентов для достижения стратегической цели предприятия; анализ и оценка внешней среды (PEST-анализ); анализ и оценка внутренней среды предприятия (SWOT-анализ)

Разработка и анализ стратегических альтернатив

2.3. Типы стратегии

Лидерство в минимизации издержек производства (ценовое лидерство). Специализация в производстве товарной продукции (лидерство в товаре). Концентрация производственно-коммерческой деятельности на предпочтительных сегментах рынка (лидерство в нише). Стратегии предприятия: концентрированного, интегрированного, диверсифицированного роста. Стратегии сокращения хозяйственной деятельности.

2.4. Технология разработки стратегического плана

Оценка текущей стратегии;

Анализ портфеля продукции;

Оценка выбранной стратегии;

Разработка стратегического плана; Основные разделы стратегического плана.

РАЗДЕЛ 3

Тактическое планирование

3.1. Тактический план фирмы.

Тактическое планирование как программа производственной, хозяйственной и социальной деятельности предприятия;

Признаки тактического планирования:

влияют на величину активов и показатели успеха предприятия; требуют ответственности подразделений и отделов предприятия; могут приниматься на верхнем, среднем и нижнем уровне управления; действуют в краткосрочной перспективе и принимаются относительно часто.

3.2. Задачи тактического планирования

Планирование продуктовой программы предприятия;

Определение потребности в основных ресурсах: производственные фонды, материальные, трудовые, финансовые, информационные ресурсы;

Планирование эффективности деятельности предприятия: снижение издержек за счет роста производительности труда, рационального использования ресурсов;

Планирование мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции предприятия: управление качеством, обновление и модификация продукции, разнообразие условий поставок;

Обеспечение социального развития персонала предприятия: планирование численности

персонала, условий и оплаты труда, профессионального роста и развития;

Обеспечение развития имущественного комплекса предприятия.

3.3. Формирование ассортимента и продуктовой программы предприятия

Основные понятия: ассортимент, но-менклатура, широта ассортимента, глубина ассортимента, насыщенность; Базовые стратегии в области ассортимента: наращивание ассортимента;

насыщение ассортимента;

прекращение выпуска некоторых продуктов;

Продуктовая программа предприятия; Основные этапы формирования продуктовой программы предприятия

РАЗДЕЛ 3

Тактическое планирование

3.4. Структура и содержание тактического плана.

Экономическая эффективность производства; расчет норм и нормативов производства; производство и реализация продукции; материально-техническое обеспечение производства; персонал и оплата труда; издержки производства и реализации; инновации (техническое и организационное развитие предприятия); инвестиции и капитальное строительство; охрана природы и рациональное использование природных ресурсов; социальное развитие коллектива; фонды специального назначения; финансовый план.

3.5. Порядок разработки тактического плана.

Первый этап тактического планирования: технико-экономический анализ деятельности предприятия, резервы производства, прогрессивные технико-экономические нормы и нормативы.

Второй этап: разработка окончательного варианта плана, расчет контрольных цифр по каждому разделу плана; бюджет производства.

РАЗДЕЛ 4

Оперативное планирование

4.1. Типы производства и задачи оперативного планирования

Оперативно-календарное планирование;

задачи оперативно-календарного планирования;

организация оперативного планирования;

типы производства: единичное, серийное, массовое, непрерывное;

характеристика типов производства.

4.2. Основные календарно-плановые нормативы

Система календарно-плановых нормативов;

основные календарно-плановые нормативы (КПН): длительность производственного цикла, размеры партии обрабатываемых деталей, периодичность запуска (выпуска) партий, величины опережений, заделов, в том числе размер незавершенного производства, такты и темпы выпуска продукции поточных линий;

такт поточной линии;

ритм поточной линии.

4.3. Системы оперативно-календарного планирования

Система оперативно-календарного планирования;

метод формирования календарных заданий;

выбор оптимальной системы планирования;

подетальные системы планирования;

комплектные системы планирования;

позаказная система планирования.

РАЗДЕЛ 5

План маркетинга

5.1. Маркетинговый подход к планированию

План маркетинга как инструмент планирования;
прогноз объема продаж;
временные рамки плана маркетинга;
отличительные особенности плана маркетинга.

5.2. Структура и основные формы плана маркетинга

Типовая структура плана маркетинга; резюме плана маркетинга;
ситуационный анализ;
маркетинговые цели;
маркетинговые стратегии;
маркетинговые программы;
финансовые документы для обеспечения реализации плана маркетинга;
мониторинг и контроль исполнения плана маркетинга.

5.3. Этапы разработки маркетингового плана

Процесс маркетингового планирования;
анализ внешней среды предприятия для целей маркетингового планирования;
внутренний анализ предприятия для целей маркетингового планирования; процесс согласования плана маркетинга;
прогноз продаж по основным сегментам рынка;
согласование планов с функциональными подразделениями предприятия;
корректировка объема продаж и мероприятий комплекса маркетинга.

РАЗДЕЛ 6

Бизнес-план

6.1. Предназначение бизнес-плана, его место в системе планирования

Специфические черты бизнес-плана; функциональные составляющие бизнес-плана (план производства, план маркетинга, финансовый план);
типология бизнес-планов по объектам бизнеса.

6.2. Структура бизнес-плана

Рекомендации Центра международного промышленного сотрудничества (UNIDO) и
Федерального фонда поддержки малого предпринимательства (ФФПМП);
гибкость структуры бизнес-плана исходя из целей бизнес-планирования.

6.3. Характеристика основных разделов

Обзорный раздел (резюме);
описание предприятия;
описание продукции (услуг);
анализ рынка;
производственный план;
план сбыта;
финансовый план;
анализ чувствительности проекта;
экологическая и нормативная информация;
риски и гарантии;
приложения.

6.4. Информационные технологии в бизнес-планировании

Временные рамки бизнес-плана;
Характеристика основных программных продуктов для целей бизнес-планирования:
сравнительная характеристика и возможности пакета программного обеспечения «Альт-Инвест»; сравнительная характеристика и возможности пакета программного обеспечения Project expert»

РАЗДЕЛ 7

Бюджетное планирование

7.1. Бюджетирование: основные понятия, цели и задачи

Бюджетирование как технология финансового планирования, учета и контроля доходов и

расходов предприятия;
плановый бюджет;
фактический бюджет;
цели бюджетирования;
задачи бюджетирования.

7.2. Система бюджетирования

Процедуры формирования, утверждения и контроля бюджетов;
функция системы бюджетирования;
финансовые бюджеты;
операционные бюджеты;
принципы построения системы бюджетирования;
основных процедуры управления в системе бюджетирования

7.3. Структура бюджетов предприятия

Характеристика и методика заполнения основных бюджетов предприятия:

сводный бюджет продаж;
сводный бюджет производства;
сводный бюджет затрат;
сводный бюджет запасов и закупок;
сводный бюджет доходов и расходов;
сводный бюджет кредитов и займов;
сводный бюджет движения денежных средств;
сводный прогнозный баланс;
Мастер-Бюджет.

РАЗДЕЛ 8

Финансовое планирование

8.1. Понятие, содержание, цели и задачи финансового планирования

Цели финансового планирования;
задачи финансового планирования;
методология финансового планирования;
разработка процедуры финансового планирования.

8.2. Методы и виды финансового планирования

Метод экономического анализа;
нормативный метод;
метод балансовых расчетов;
метод денежных потоков;
метод многовариантности;
метод экономико-математического моделирования;
перспективное финансовое планирования;
текущее (годовое) финансовое планирование;
оперативное финансовое планирование.

8.3. Платежный баланс предприятия как инструмент финансового планирования

Преимущества платежного баланса как инструмента финансового планирования;
временные рамки платежного баланса предприятия;
основные статьи и порядок формирования платежного баланса;
порядок согласования, внесения изменений и утверждения платежного баланса предприятия.

РАЗДЕЛ 9

Организация внутрифирменного планирования

9.1. Подходы к организации внутрифирменного планирования

Подходы к организации работ по составлению планов: метод сверху-вниз (break-down), метод снизу-вверх (build-up) и их взаимодействие; сравнение подходов к организации процесса планирования;

технология планирования;
неформальные связи в процессе организации внутрифирменного планирования;
центры ответственности за организацию внутрифирменного планирования.

9.2. Органы планирования предприятия

Нормативно-правовая база организации внутрифирменного планирования на предприятии;
Планово-экономический отдел и его функции: методическая, организационная, планово-учетная, контрольная, аналитическая, экономическая.

9.3. Информационная база внутрифирменного планирования

Внутренняя и внешняя информация; документированная и не документированная информация;

повторяющаяся и неповторяющаяся информация;

информация, требующая действий (заказы клиентов), и информация, не требующая действий (о прошлых и возможных будущих событиях, влияющих на деятельность компании);

эффективность внутрифирменного планирования.

Зачет