|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **Бизнес-планирование**  |
| Уровень образования  | бакалавриат |
| Направление подготовки | 38.03.02 Менеджмент |  |
| Профиль | Маркетинг и бренд-менеджмент  |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 5 лет |
| Форма обучения | Очно-заочная |

* + - 1. Учебная дисциплина «Бизнес-планирование» изучается в седьмом семестре.
			2. Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрены.

## Форма промежуточной аттестации: зачет

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Бизнес-планирование» относится к элективным в части дисциплин, формируемых участниками образовательного процесса.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

* + - 1. Целями изучения дисциплины «Бизнес-планирование» являются:
		- изучение понятий «инвестиционный проект», «бизнес-план», «прединвестиционные исследования» как основ проведения бизнес-планирования и составления бизнес-плана;
		- изучение составляющих инвестиционной привлекательного страны/региона/отрасли/предприятия/проекта; особенностей и структуры бизнес-плана; возможностей автоматизации процесса бизнес-планирования в условиях риска и неопределенности;
		- формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;
		- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.
			1. Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора****достижения компетенции** |
| --- | --- |
| ПК-5Способен реализовывать мероприятия по формированию репутации бренда, идентифицировать и оценивать сопутствующие маркетинговым мероприятиям риски. | ИД-ПК-5.3Выделение рисков, сопутствующих принятию решений, касающихся формирования репутации бренда при различных сценариях развития маркетинговых программ |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очно-заочной форме обучения –  | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |