

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.2.1 СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-АНАЛИЗА

Направление подготовки:

38.06.01 Экономика

Направленность (профиль): Бухгалтерский учет, статистика

Трудоемкость: 2 зе

Промежуточная аттестация: зачет

Автор: О.П. Зайцева, д-р экон. наук, профессор

ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Современные направления бизнес-анализа» – изучение студентами методологии бизнес-анализа, формирование у аспиранта представлений о современных аналитических методах диагностики проблем бизнеса и обоснования оперативно-тактических и стратегических управленческих решений, направленных на повышение конкурентоспособности и эффективности предпринимательской деятельности.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих профессиональных задач в области:

научно-исследовательской деятельности в области экономики:

- формирование у аспирантов углубленных знаний в области теории и эволюции экономического анализа;
- освоение современных методик бизнес-анализа;
- систематизация опыта и лучших практик в области аналитической работы;
- овладение практическими навыками проведения бизнес-анализа и оценки эффективности бизнеса;
- подготовка аспирантов к применению полученных знаний при осуществлении самостоятельных учетно-аналитических исследований;
- выявление и исследование актуальных теоретических и прикладных проблем экономического анализа;
- развитие у аспирантов компетенций по использованию передовых научных достижений, количественных и качественных методов, прогностических и диагностических моделей для проведения научных разработок и обоснования управленческих решений.

преподавательской деятельности:

- формирование практических навыков в подготовке методических материалов по дисциплинам аналитического характера, включения в методические разработки и учебный процесс результатов проведенных исследований и использованных методических подходов.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы аспирантуры – направлены на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 - способностью самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность в соответствующей профессиональной области с использованием современных методов исследования и информационно-коммуникационных технологий

ПК-1 – способностью определять направления использования теорий, концепций и методов экономической науки для исследования современных экономических проблем

ПК-2 – способностью обобщать, анализировать эмпирические данные, применять знания, проводить анализ показателей, формировать авторский подход к разработке вариантов управленческих решений и рекомендаций в сфере бухгалтерского учета и статистики

ПК-5 – способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований и проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой, представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада

УК-1 - способностью к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Современные направления бизнес-анализа» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Содержание дисциплины основано на преемственности и взаимосвязи с такими дисциплинами, как «Теория и методология бухгалтерского учета, анализа и аудита», «Статистика», «Методология научных исследований», «История бухгалтерского учета».

Дисциплина по выбору «Современные направления бизнес-анализа» содержательно дополняет дисциплину «Теория и методология бухгалтерского учета, анализа и аудита».

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Теоретические основы бизнес-анализа

Особенности развития экономического анализа в России и за рубежом. Генезис бизнес-анализа. Предпосылки возникновения и этапы развития бизнес-анализа. Зарубежный опыт применения бизнес-анализа в обосновании и контроле управленческих решений в бизнесе.

Понятие бизнес-анализа. Бизнес-анализ как совокупность методик и информационно-аналитических технологий. Бизнес-анализ как система оценки бизнес-деятельности. Бизнес-анализ – процесс диагностики деятельности компании и ее бизнес-среды, обоснования направлений развития бизнеса. Функции бизнес-анализа. Интегрирующая функция бизнес-аналитики. Business Intelligence — инструмент анализа эффективности бизнеса.

Теоретические основы бизнес-анализа и основные аналитические концепции. Базовые методологические подходы в бизнес-анализе: системный, ситуационный, процессный и поведенческий подходы.

Предмет, область и задачи бизнес-анализа. Принципы проведения бизнес-анализа. Структура современного бизнес-анализа. Особенности его организации в зависимости от отрасли, масштабов, целей, регламентации бизнес-процессов, уровня автоматизации учетно-аналитических работ.

Роль бизнес-аналитика в современной коммерческой организации.

Тема 2. Методическое и информационное обеспечение бизнес-анализа

Проблемы формирования информации о развитии бизнеса. Информационное обеспечение бизнес-анализа: оценка современного состояния и возможностей совершенствования. Внешние и внутренние источники информации для бизнес-анализа. Финансовая и управленческая отчетность, данные первичного учета и статистического наблюдения. Социальная отчетность российских и зарубежных компаний. Особенности консолидированной и сегментарной отчетности. Обзоры рынка. Социально-экономические прогнозы на разных уровнях управления. Результаты маркетинговых исследований. Аналитические зарубежные и отечественные разработки. Информационно-аналитические системы корпоративного уровня.

Бизнес-модель компании как объект бизнес-анализа. Модель процессного управления компанией. Методические разработки Международного института бизнес-анализа (ИВА).

Ключевые показатели эффективности (KPI) как система показателей, используемых для анализа бизнес-процессов и сегментов компании. Система сбалансированных показателей (BSC) и KPI. Этапы разработки системы сбалансированных показателей и ключевых показателей и ее использование для планирования и анализа развития бизнеса и бизнес-единиц. Практика внедрения и использования системы KPI.

Методики анализа эффективности бизнеса: система сбалансированных показателей, стратегические карты, призма эффективности, панели управления и т.д. Затратный и ресурсный подходы к оценке эффективности бизнеса. Методы рейтинговой оценки и виды рейтингов. Финансовые и нефинансовые показатели для оценки эффективности бизнеса.

Тема 3. Анализ бизнес-процессов и сегментов бизнеса компании

Методика анализа бизнес-процессов. Роль и значение анализа в повышении эффективности и конкурентоспособности бизнес-процессов. Понятие «бизнес-процесс». Методы выделения, структуризации и анализа бизнес-процессов. Программные продукты описания, анализа и регламентации бизнес-процессов.

Цели и приемы анализа эффективности бизнес-процессов. Анализ бизнес-процессов при разработке конкурентоспособных бизнес-моделей.

Понятие, определение и виды сегментов. Особенности анализа сегментов бизнеса. Методика анализа консолидированной отчетности.

Тема 4. Стратегический анализ в системе управления бизнесом

Стратегические аспекты бизнес-анализа. Этапы становления стратегического анализа. Бизнес-анализ в системе стратегического управления.

Сущность, содержание и особенности стратегического анализа бизнеса. Цель и задачи стратегического анализа. Особенности организации стратегического анализа. Методология формирования системы показателей стратегического анализа. Система аналитических показателей стратегического анализа. Анализ добавленной экономической стоимости. Использование сбалансированной системы показателей в стратегическом анализе.

Принципы формирования стратегии, классификация и характеристика стратегий. Типы и виды стратегий и особенности их идентификации на различных стадиях жизненного цикла организаций

Проблема выбора методов и методик стратегического анализа. Методика внешнего стратегического анализа. Понятие и методика аналитического обоснования ключевых факторов успеха. Методика внутреннего стратегического анализа. Перспективные методики стратегического анализа. Сценарный анализ. Анализ реализации стратегии субъектов хозяйствования. Оценка эффективности стратегии.

Тема 5. Методика маркетингового анализа

Аналитическая функция маркетинга. Цель и задачи маркетингового анализа. Методы маркетингового анализа. Информационная и нормативная база маркетингового анализа.

Объекты маркетингового анализа. Стратегический маркетинговый анализ: направления, методы, показатели. Анализ контролируемых маркетингом факторов. Конкурентный анализ и бенчмаркинг. Анализ конкурентоспособности продукции, работ, услуг и компании.

Оперативный маркетинговый анализ. Анализ эффективности маркетинга.