

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Комплексный анализ хозяйственной деятельности»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.03.01 «Экономика» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Цифровые финансы

Общий объем дисциплины – 4 з.е. (144 часов)

Форма промежуточной аттестации – Экзамен.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- ОПК-3: способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы;
- ПК-5: способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;
- ПК-6: способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Комплексный анализ хозяйственной деятельности» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения заочная. Семестр 6.

1. Введение в комплексный анализ хозяйственной деятельности. Способы выбора инструментальных средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ результатов расчетов и обоснование полученных выводов. Цели и задачи освоения дисциплины. Предмет и объект исследования. Место и роль комплексного анализа ХД в финансовом и управленческом учете. Задача и специфика комплексного анализа ХД. Схема анализа, его основные элементы. Модель Дюпона. Методы анализа. Источники информации для анализа..

2. Маркетинговый анализ деятельности предприятия. Порядок интерпритирования финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятия для принятия управленческих решений. Определение типа рынка. Выявление конъюнктурообразующих факторов. PEST – анализ, SWOT-анализ. Анализ потребительской аудитории. Выявление потребительского ядра. Анализ функциональных свойств товара. Анализ конкурентной среды. Брендový анализ. Стратегии и особенности ценообразования на рынке. Обзор базовых показателей конъюнктуры рынка. Определение емкости и насыщенности рынка. Анализ спроса на продукцию и оценка риска невостребованной продукции. Анализ рынков сбыта продукции и ценовой политики предприятия. Анализ конкурентоспособности продукции..

3. Анализ выпуска и продаж продукции. Методы анализа статистических данных, относящихся к хозяйственной деятельности предприятий и организаций. Анализ показателей объема продукции, динамики производства. Анализ ассортимента продукции. Анализ качества продукции. Анализ ритмичности и равномерности производства. Анализ доходов продукции.

Разработал:

доцент

кафедры ЦФ

Проверил:

Директор ИЭиУ

Е.М. Толмачева

И.Н. Сычева