

Кафедра теории менеджмента и бизнес-технологий

Проектирование систем управления

**Подготовка и выполнение курсовой работы (методические
рекомендации)**

Масленников Валерий Владимирович, д.э.н., профессор

Калинина Ирина Анатольевна, д.э.н., доцент

3665096@gmail.com

mpd.20m@yandex.ru

2020 год

1-ое задание.

- 1. Представить кейс с кратким (1 страница максимум) описанием функциональных свойств ценности, целевых клиентов, описание модели собственника бизнеса.**
- 2. Выбрать вид деятельности организации и представить ее в виде технологического процесса создания продукта в программе Visio.**

Описание технологического процесса создания продукта.

Схема с цепочкой создания ценности по деятельности организации.

2-ое задание

На основе объектно-субъектного подхода определить виды деятельности по каждому элементу цепочки для **ИСПОЛНИТЕЛЯ**.

3-ое задание

На основе объектно-субъектного подхода определить виды деятельности по каждому элементу цепочки для **менеджера**.

4-ое задание

Рассчитать трудоемкость **исполнителя** по каждому бизнес-процессу цепочки создания ценности

Пример расчета трудоемкости маркетолога (исполнитель) в бизнес-процессе «Концепт и потребности»

Внимание! Цифры красного цвета задаются , цифры черного цвета рассчитываются по исходным красным

Исполнитель:	Маркетолог						
Функция	Продолжительность, час	Периодичность, раз в год	Трудоемкость, часов в год	Численность, чел	Оплата труда по ведомости, руб	Начисления на оплату труда, руб	Всего расходов на оплату труда, руб
Анализ рынка	12	2	24	0,012	10 800,00	3 261,60	14 061,60
Проведение соцопросов и анкетирования	24	12	288	0,146	129 600,00	39 139,20	168 739,20
Проведение тестовых продаж	18	6	108	0,055	48 600,00	14 677,20	63 277,20
Анализ деятельности и ассортимента конкурентов	10	24	240	0,122	108 000,00	32 616,00	140 616,00
Создание портрета потребителя	16	2	32	0,016	14 400,00	4 348,80	18 748,80
Итого:			692	0,351	311 400,00	94 042,80	405 442,80

Маркетолог	
Годовой фонд рабочего времени, час	1970
Начисления на заработную плату, %	30,2%
Оплата труда, час/руб.	450
Итого в месяц:	86 400

5-ое задание

Рассчитать трудоемкость **менеджера** по каждому бизнес-процессу цепочки создания ценности

Пример расчета трудоемкости директора магазина в отношении одного бизнес-процессе «Концепт и потребности» (управляющий)
 Внимание! Цифры красного цвета задаются , цифры черного цвета рассчитываются по исходным красным

Управляющий:	Директор магазина						
Функция	Продолжительность, час	Периодичность, раз в год	Трудоемкость, часов в год	Численность, чел	Оплата труда по ведомости, руб	Начисления на оплату труда, руб	Всего расходов на оплату труда, руб
Согласовать план исследований	30	4	120	0,061	72 000,00	21 744,00	93 744,00
Подготовка/корректировка бизнес-плана	48	2	96	0,049	57 600,00	17 395,20	74 995,20
Итого:			216	0,110	129 600,00	39 139,20	168 739,20

Директор магазина	
Годовой фонд рабочего времени, час	1970
Начисления на заработную плату, %	30,2%
Оплата труда, час/руб.	600
Итого в месяц:	100 800

6-ое задание

Сформировать цепочку создания стоимости.

Собрать расходы по основным , управленческим и обеспечивающим процессам по каждому звену цепочки создания ценности.

Рассчитать расходы по каждому бизнес-процессу из цепочки создания ценности с учетом основных, управленческих и обеспечивающих процессов

Пример расчета бизнес-процессе «Изучение потребностей»

Внимание! Цифры красного цвета задаются , цифры черного цвета рассчитываются по исходным красным

Переменные затраты, руб	В месяц	В год
Амортизация оборудования	3 000,00	36 000,00
Итого	3 000,00	36 000,00
Постоянные затраты, руб		
Расходы на рекламные компании	16 666,67	200 000,00
Расходы на стимулирование сбыта	12 500,00	150 000,00
Итого	29 166,67	350 000,00
Итоговые затраты бизнес процесса	32 166,67	386 000,00

7-ое задание .Сформировать цепочку создания стоимости с учетом всех бизнес-процессов

Состав расходов	Этапы цепочки создания ценности								
	Этап 1	Этап 2	Этап 3	Этап 4	Этап 5	Этап 6	Этап 7	Этап 8	Всего по бизнесу
Оплата труда, всего	40 320,00	30 880,00	30 880,00	30 880,00	30 880,00	30 880,00	34 240,00	40 320,00	238 400,00
исполнитель	20 160,00	14 080,00	14 080,00	14 080,00	14 080,00	14 080,00	14 080,00	20 160,00	110 720,00
менеджер	20160	16 800,00	16 800,00	16 800,00	16 800,00	16 800,00	20 160,00	20 160,00	127 680,00
Постоянные расходы	350000	42 000,00	98 400,00	39 600,00	24 000,00	24 000,00	44 000,00		622 000,00
Переменные расходы	36 000,00	5 124 000,00	50 000,00	24 000,00	9 600,00	84 000,00	4 768 008,00		10 095 608,00
Единовременные расходы	30 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-
Итого по	456 320,00	5 196 880,00	179 280,00	94 480,00	64 480,00	142 240,00	4 852 328,00		10 986 008,00

8-ое задание. Рассчитать точку безубыточности с учетом получения минимальной прибыли

Сделать вывод по результатам расчета для управления организацией.

9-ое задание. Провести анализ очевидной проблемы организации

Очевидная проблема

ситуация в бизнесе, провоцирующая снижение результатов деятельности

Примеры проблем:

1. Отсутствие описаний внутренних бизнес-процессов.
2. Неэффективная оптимизация и модернизация бизнес-процессов.
3. Планирование и утверждение показателей эффективности в условиях отсутствия методологии (например, игнорирования параметров сбыта и маркетинговых данных)
4. Низкая степень вовлеченности
5. Избыточная отчетность
6. Отсутствие необходимых форм отчетности

10-ое задание. Провести анализ скрытой проблемы организации

Скрытая

проблема

организация не достигает параметров, заданных бизнес-моделью.

Причины:

Создание ценности неэффективно

Бизнес-модель неправильно построена.

Вопросы менеджерам для выявления скрытых проблем:

- 1. Какие проблемы сдерживают развитие организации, в чем они проявляются?**
- 2. Каким способом их можно решить?**

11-ое задание. Провести анализ неочевидных решений

**Неочевидные
решения**

Новые возможности, неосознаваемые ранее в процессе решения проблем развития бизнеса.

Другой взгляд на бизнес-систему или бизнес-модель.

12-ое задание. Провести анализ незамеченных возможностей

Незамеченные

ВОЗМОЖНОСТИ

Обоснование выхода на новые рынки для организации, на которых она не представлена.

Решают не текущие проблемы развития бизнеса (проблем может и не быть на поверхности), но раскрывают новые направления деятельности (новые предложения для имеющихся клиентов, или формирование новых потребностей для клиентов).