Бауманский учебный центр «Специалист»

Программа курса Управленческий анализ и аудит

Код курса: **АУДИТ**

Тема	Ак. часов

Модуль 1. Методика проведения «Управленческого аудита»
 	
• Знакомство с методикой проведения «управленческого аудита» на предприятии
• Определения сроков проведения обследования и выбор необходимых ресурсов
• Особенности проведения управленческого аудита предприятия по направлениям:
  ◦ Производство
  ◦ Активные Продажи
  ◦ Управленческий учет и бюджетирование
  ◦ Маркетинг
  ◦ Контроль качества
  ◦ Подбор кадров и система материального стимулирования
  ◦ Инвестиции и разработка стратегических бизнес-планов
	4

Модуль 2. Применение компьютерных программ для составления бюджета и финансового моделирования работы предприятия
 	
• Обзор существующих компьютерных программ, позволяющих построить финансовую модель работы предприятия и составить финансовый план для инвестора или банка с целью получения необходимого финансирования
• Составление в программе бюджета работы предприятия
  ◦ Моделирование плана сбыта
  ◦ Моделирование производственной деятельности
  ◦ Моделирование инвестиционной деятельности
  ◦ Моделирование налогового окружения
  ◦ Компьютерная оценка в капитальных вложениях и оборотном капитале
  ◦ Компьютерный анализ чувствительности финансового результата бюджета
  ◦ Компьютерный анализ безубыточности работы предприятия
	8

Модуль 3. Разработка стратегического и тактического плана по маркетингу
 	
• Знакомство с основами маркетинга
  ◦ Маркетинг — это управление работой компанией, основанное на постоянном комплексном анализе рынка
  ◦ Обзор типичных ошибок в маркетинге, которые вызвали существенное падение оборота российских компаний
• Разработка стратегического плана по маркетингу предприятия
  ◦ Силы, управляющие рынком
  ◦ Насыщение рынка
  ◦ Предпочтение покупателей и изменение их вкусов
  ◦ Изменение доли услуг предприятия в общем объеме услуг по рынку
  ◦ Влияние экономической ситуации в России
  ◦ Прогнозы развитая бизнеса компании в России
  ◦ Разработка варианта развития компании
  ◦ Определение места предприятия в будущем
  ◦ Детализация шагов, которые необходимо предпринять
• Разработка тактического плана по маркетингу
  ◦ Описание текущей маркетинговой ситуации
  ◦ Проведение SWOT анализа
  ◦ Определение главных задач и проблем, стоящих перед предприятием
  ◦ Выработка идей на будущее
  ◦ Разработка целей маркетинга для компании
  ◦ Определение целевого рынка клиентов – первичного, вторичного, третичного
  ◦ Выбор основного конкурентного преимущества
  ◦ Выбор стратегии ценообразования
  ◦ Разработка итоговой ценностной значимости для клиента
  ◦ Разработка стратегии продвижения услуг и товаров
  ◦ Выработка коммуникационной стратегии
  ◦ Разработка конкретной программы действий с указанием времени исполнения
  ◦ Разработка рекламной компании
  ◦ Введение новых видов услуги товаров для клиентов предприятия
  ◦ Распределение обязанности между руководителями и организация контроля исполнения
  ◦ Описание механизма контроля вычисления над эффективностью работы компании
  ◦ Вычисление исходных данных для сравнения
  ◦ Возможные механизмы коррекции действий
	8

Модуль 4. Проведение собеседований по методике STAR
 	
• Обзор методики STAR (Situation Task Action Result) (Ситуация Задача Действие Результат)
• Методика проведения собеседования и анализа кандидата по следующим параметрам:
  ◦ Честность
  ◦ Внешний вид
  ◦ Обучаемость
  ◦ Адаптация
  ◦ Самомотивация
  ◦ Надежность
	2

Модуль 5. Выбор системы материального стимулирования • Значение схемы финансового стимулирования ключевых сотрудников для увеличения прибыли компании • Обзор методов финансового стимулирования используемых на предприятиях • Стимулирование менеджеров по продажам • Стимулирование допродаж услуг	**2**

Модуль 6. Организация контроля качества • Организация работ по управлению качеством продукции на уровне руководства компании • Организация работ по управлению качеством продукции на уровне ведущих специалистов, обеспечивающих решение задач комплексной программы обеспечения качества продукции • Организация работ по УКП на уровне руководителей направлений • Организация работ по проведению независимого контроля качества выпускаемой продукции • Связь системы материального стимулирования работников с качеством выпускаемой продукции и количеством довольных клиентов компании	**4**
Модуль 7. Оптимизация бизнес-процессов • Анализ (диагностика) существующих в компании или отдельных подразделениях бизнес-процессов (с разделением на основные и вспомогательные процессы) • Определение неэффективных, неоптимальных или дублирующихся процессов (поиск "узких мест") • Разработка рекомендаций по оптимизации существующих бизнес-процессов • Проведение моделирование бизнес-процессов. Проектирование бизнес-процессов для ликвидации существующие проблемы • Подготовка внутренних регламентов и должностных инструкций • Представление результатов проекта и сопоставление со стратегическими целями организации • Разработка плана внедрения представленных рекомендаций (бизнес-модели)	**2**
Модуль 8. Методика реформирования предприятия по результатам проведения «управленческого аудита» • Методика составления плана реформирования • Учет имеющихся людских и материальных ресурсов • Составление и утверждение плана изменений • Организация контроля за проведением реформирования компании	**2**
Аудиторная нагрузка в классе с преподавателем	**32 ак.ч. + 32 ак.ч. самостоятельно**

По окончании обучения на курсе проводится итоговая аттестация. Аттестация проводится в виде теста на последнем занятии или на основании оценок практических работ, выполняемых во время обучения на курсе.

Контакты центра

Для частных лиц
+7 (495) 232-32-16

Для организаций
+7 (495) 780-48-44

E-mail
info@specialist.ru