

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/diplomnaya-rabota/113135>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Производственный менеджмент

Введение 3

ГЛАВА 1. Теоретические основы формирования производственной программы частного предприятия 5

1.1 Структура и характеристика производственной программы 5

1.2 Формирование производственной программы 15

1.3. Основные разделы и показатели 21

ГЛАВА 2. Анализ организации производственного процесса 23

2.1. Анализ производственной системы 23

2.1.1. Анализ портфеля заказов 23

2.1.2. Расчет реализации продукта 24

2.1.3. Анализ рыночного спроса 27

2.2 Анализ финансового состояния предприятия 28

2.2.1. Анализ бухгалтерского баланса 28

2.2.2. Анализ оборотного капитала 29

2.2.3. Оценка финансовой устойчивости предприятия на рынке 30

2.2.4. Оптимизация производства и логистики 32

2.3. Оценка рентабельности 33

ГЛАВА 3. Планирование производственной программы. 35

3.1. Пути развития производственной программы. 35

3.1.1. Определение оптимального объема производимой продукции 35

3.1.2. Производственные мощности предприятия 36

3.1.3. План реализации продукции 37

3.2. Стратегия развития производства 50

3.2.1. Определение главных направлений развития 50

3.2.2. Изучение Российского рынка товаров и услуг 52

3.2.3. Определение источников финансового обеспечения 52

3.3. Оценка результатов реализации стратегии 54

3.3.1. Совместимость стратегии с возможностями организации 54

3.3.2. Угрозы и степени риска на рынке 55

3.3.3. Возможность декомпозиции 56

Заключение 67

Список использованных источников 69

ВВЕДЕНИЕ

Планирование производственной программы предприятия предусматривает определение ассортимента и объема продукции, которая должна быть произведена.

В рамках планирования производственной программы также устанавливается качество продукции.

Задачей планирования качества является выяснение, позволят ли имеющиеся факторы производства (экономические ресурсы) обеспечить изготовление продукции с требуемым качеством.

Если это невозможно, то необходимо либо закупить недостающие экономические ресурсы, либо изменить свойства выпускаемой продукции.

Задачей планирования ассортимента является обеспечение компромиссов между сбытом, который заинтересован в изготовлении по возможности широкого ассортимента, и производством, которое не заинтересовано в широком ассортименте, так как он требует специального оборудования, частой

его переналадки, что ведет к росту затрат.

Компромиссом является упрощение ассортимента с помощью агрегирования, так как при известной степени многообразия унифицируются многочисленные компоненты типов изделий.

Выходом также является и уменьшение собственной доли в стоимости конечного продукта.

Цель исследования - разработка производственной программы для активизации бизнеса на российском рынке товаров и услуг на примере ООО Вектура

Задачи исследования:

1. исследовать теоретические основы формирования производственной программы частного предприятия;
2. провести анализ организации производственного процесса;
3. провести планирование производственной программы.

Объект исследования - ООО Вектура

Предмет исследования - производственная программа частного предприятия.

Методы исследования - метод дедукции, индукции, сбора, обработки и анализа информации.

## ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

### 1.1 Структура и характеристика производственной программы

Разработка стратегии компании является важнейшим условием ее эффективной деятельности на рынке. Стратегическое планирование создает комплексный подход к управлению бизнесом. Основная, или как ее еще называют, корпоративная стратегия, формулируется на высшем уровне и описывает организационную структуру компании и взаимодействие между ее элементами как единого целого.

Она обязательна для исполнения всеми структурными подразделениями, входящими в состав организационной структуры компании. Помимо определения основных направлений развития, главная стратегия должна обеспечивать эффект синергии, т.е. не просто суммировать стратегии по направлениям деятельности, а обеспечить такой уровень их взаимодействия, при котором общий результат превысит сумму простых эффектов от деятельности отдельных бизнес-единиц организационной структуры компании. При разработке стратегии компании учитываются основные цели бизнеса, маркетинговые, инвестиционные, финансовые планы и пр.

Для лучшего понимания принципов разработки стратегии компании в литературе выработана классификация стратегий по различным признакам [2, с.63]:

в зависимости от типа развития организации выделяют стратегии роста, стабилизации, защиты, ликвидации;

в зависимости от темпов развития бизнеса (темпов продаж, роста прибыли, стоимости активов и т.п.) – стратегии гиперроста, динамичного роста, скачкообразного, умеренного, медленного, замедленного роста, стратегии стабилизации (защиты или выживания) и сокращения;

в зависимости от функциональных видов деятельности компании – продуктовая (производственная), ресурсная, технологическая, логистическая, маркетинговая, финансовая, инвестиционная, инновационная, PR-стратегия и пр.

Сегодня стратегическое управление подразумевает активное управление процессом развертывания стратегии во времени.

В современных условиях конкуренция на рынке превратилась из борьбы за ресурсы в борьбу стратегий.

И Ансофф определяет несколько отличительных особенностей

стратегии[3, с.98]]:

1. Сформулированная стратегия должна применяться для разработки стратегических проектов методом поиска. Роль стратегии в поиске состоит в том, чтобы: во-первых, во-вторых, отбросить все остальные возможности как несовместимые со стратегией, сосредоточить внимание на определенных участках или возможностях
2. Процесс выработки стратегии не завершается каким-либо немедленным действием. Преимущественно он заканчивается установлением общих целей и направлений, продвижение по которым сможет обеспечить стабильный прирост и укрепление позиций компании.
3. В ходе формулирования стратегий нельзя предугадать все возможности, которые откроются при составлении проекта конкретных мероприятий. Поэтому приходится использовать достаточно обобщенную, неполную и неточную информацию о разнообразных альтернативах.
4. Необходимость в данной стратегии отпадает, как только реальный ход событий выведет организацию на желаемое развитие.
5. При появлении более точной информации может быть поставлена под сомнение обоснованность первичной стратегии. Как результат, необходима обратная связь, позволяющая обеспечить регулярное переформулирование стратегии.

Стратегия задает направление движения, обеспечивает его логику, координирует усилия организации и характеризует ее как субъекта отношений с внешним окружением и элементами внутренней среды.

С учетом принятия решения основными компонентами стратегии можно назвать: выбор стратегической позиции, выявление конкурентных преимуществ, определение бизнес-концепции и создание систем взаимодействия с потребителем.

Д. Стрикланд и А. Томпсон рассматривают процесс формирования стратегии компании с точки зрения решения только пяти главных по их мнению задач: постановка стратегических целей и задач для их выполнения; затем идет этап определения сферы деятельности компании и формулирование стратегических установок; далее реализация выбранного стратегического плана; оценка результатов деятельности компании, а так же изменение плана и/или методов его исполнения; формулирование стратегий для достижения поставленных целей и результатов хозяйственной деятельности компании. Предприниматели, стремясь увеличить свою прибыль, объективно заинтересованы в занятии большей доли рынка, в открытии дополнительных предприятий, филиалов, что неизбежно приводит к их доминированию на рынке и монополизации самого рынка.

Рассмотрим методы, помогающие разработать стратегию. Одним из них является SWOT-анализ. По статистике применения технологий управления, SWOT-анализ это одна из самых быстрых и популярных методик для стратегического планирования в малом бизнесе и отдельных проектах предприятий любого размера.

Инструмент относят к школе дизайна стратегического управления.

Возможно правильней было бы его называть стратегический SWOT-анализ.

Главное достоинство метода в том, что он достаточно прост и не требует большого количества специальных знаний.

Можно ограничиться только основными моментами, а именно[5, с.49]:

- 1) Заполнением квадрантов: Слабые и сильные стороны предприятия, возможности и угрозы для этого предприятия.
- 2) Предпринять мозговой штурм, на тему — как из слабых сторон, сделать сильные и какие угрозы можно перевести в возможности.

Рисунок 1 - SWOT-анализ

При оценке сторон надо учитывать только внутренние факторы, а

возможности и угрозы всегда внешние. Хотя, насчет угроз можно добавить, что угрозы не всегда являются внешними факторами.

Нужно четко понимать, что для разработки стратегии нельзя ограничиваться одним этим анализом.

Матрица БКГ показывает фактическое положение компании для принятия стратегических решений по конкретному продукту или направлению.

Оперируя факторами из внешней (рост рынка) и внутренней (доля рынка) среды матрица подскажет, какие источники доходов надо поддерживать, а какие убрать, так как таковыми они являются лишь на первый взгляд.

Автором методики является фирма Boston Consulting Group (Бостонская консалтинговая группа), аббревиатура BCG или по-русски БКГ, а точнее авторство принадлежит лично основателю фирмы Брюсу Хендерсену.

Несмотря на стратегический характер необходима высокая точность расчётов.

Рисунок 2 - Матрица БКГ

Можно использовать такой инструмент, как «матрица дженерал электрик – маккинзи или GE/Mckinsey». Методологический фундамент был предложен консалтинговой фирмой Mckinsey в процессе проекта с General Electric.

Данный инструмент схож с матрицей BCG, но в нем заложена еще и средняя позиция. Таким образом, таблица 3x3 образует девять квадрантов. Схожесть в осях — конкурентоспособность и привлекательность отрасли, только тут они названы иначе. В матрице BCG они именуется как темпы роста рынка и относительная доля рынка (ОДР). Кстати, коэффициент ОДР вычислять не надо, что облегчает работу с этим инструментом.

Рисунок 3 - Матрица маккинси — дженерал электрик

Появилась матрица в семидесятых годах двадцатого столетия при проведении консалтинговой фирмой Mckinsey проекта для General Electric.

Теория предлагает следующие позиции:

Победитель №1 — подразумевает стратегию дополнительных инвестиций;

Победитель №2 — стратегия этой позиции предполагает инвестиции, но с условием устранения слабых сторон;

Победитель №3 — также нужны инвестиции, но более точечные, с выделением сегментов;

Проигравший №1 — нужно отыскать возможности для выхода из этой позиции или покинуть рынок;

Проигравший №2 - опять же, надо искать варианты выхода из позиции или продать бизнес;

Проигравший №3 — позиция требует отказа от инвестиций или выход из бизнеса;

Средняя позиция или средний бизнес - выборочные и наименее рискованные инвестиции;

Знак вопроса - позиция предполагает выход из бизнеса, либо его концентрацию на более узком сегменте;

Производитель прибыли - только те инвестиции, которые дадут отдачу в ближайшее время.

Результаты Матрицы GM/McKinsey, сводятся к тому, чтобы указать на:

какие товары и/или услуги бизнеса находятся в приоритете;

что будет приносить только убытки в ближайшие годы;

в какие продукты/услуги бизнеса нужно инвестировать.

Внешняя среда нуждается в постоянном мониторинге. Это утверждение верно для бизнеса любых размеров. Можно по-разному подойти к ее описанию, но наиболее оптимальным является PEST анализ (или другое его наименование STEP анализ). Так как, сбалансированность приведенных в нем факторов охватывают почти все аспекты жизнедеятельности любой организации, как

коммерческой, так и некоммерческой.

Можно встретить мнение, что STEP анализ — инструмент больше маркетинговый, однако мы думаем, что факторы, учитываемые в нем, более актуальны для стратегического анализа. Итак, перечислим их:

**Политические факторы.** В этом случае нужно учитывать выборы, изменение законов, регулирование государства, перемены в векторе политического развития. Не стоит сбрасывать со счетов и политические взаимоотношения между странами.

**Экономические факторы.** Инфляция, курсы валют, ключевая ставка, и другие макроэкономические параметры.

**Социальные факторы.** Сильно влияет отношение СМИ, демографические показатели, различные религиозные настроения, добавим, что именно социальные факторы могут вообще поставить крест на каком-либо бизнесе.

**Технологические факторы.** Новые технологии, изобретения, патенты. При анализе этих факторов нужно обратить внимание на тенденции в области науки (например, интересно будет просмотреть подшивки научных публикаций с нужных кафедр университетов и институтов в регионе или стране).

Рисунок 4 - PEST анализ

Для наилучшей работы с этим инструментом необходимо выделить тенденции на несколько лет по каждому из факторов, касающихся исследуемого предприятия. Именно они могут дать дополнительные направления при разработке стратегии.

SNW-анализ предназначен для стратегического анализа внутренней среды организации, а точнее ее сильных, слабых сторон, а также нейтральной или усредненной оценки определенных элементов на предприятии.

В части S (Strength) и W (Weakness) эта методика схожа со SWOT-анализом, однако она самостоятельна и имеет свои особенности.

Метод SNW-анализа заключается в оценке частей организации.

Количество этих частей определяется индивидуально, но есть определенные стандарты, которые призывают рассматривать именно их. Стандарты, конечно, нигде не прописаны, а установлены деловой практикой.

Есть точка зрения, что SNW-анализ — расширенная, или усовершенствованная форма SWOT-анализа. Если авторы последнего известны, то кто является создателем новой модели стратегического анализа внутренней среды организации, сказать сложно. Наверное, авторство принадлежит всему сообществу бизнес профессионалов.

SNW анализ не является ни усовершенствованной, ни расширенной формой SWOT анализа. Он просто другой.

Рисунок 5 - SNW-анализ

После составления и ранжирования списка, необходимо выписать шаги по переводу слабых и нейтральных сторон в сильные.

Интенсификация рынка может заключаться в его развитии, географической и иной экспансии.

Экспансия рассматривается как увеличение присутствия компании на рынке. Помимо географической экспансии, также существует продуктовая

1. Агеева, О. А. Бухгалтерский учет и анализ в 2 ч. Часть 2.

Экономический анализ : учебник для вузов / О. А. Агеева, Л. С. Шахматова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 240 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04061-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/452528>

2. Айзман, Р. И. Методика обучения экономике: финансовая грамотность и безопасность : учебное пособие для вузов / Р. И. Айзман, Н. О. Новикова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 214 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11943-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/457182>

3. Анализ данных : учебник для вузов / В. С. Мхитарян [и др.] ; под

редакцией В. С. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 490 с. — (Высшее образование).

4. Аскинадзи, В. М. Инвестиционный анализ : учебник для академического бакалавриата / В. М. Аскинадзи, В. Ф. Максимова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 422 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9637-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/427135>

5. Батраева, Э. А. Экономика предприятия общественного питания : учебник и практикум для вузов / Э. А. Батраева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 390 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9911-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/452569>

6. Бачурин, А. А. Анализ производственно-хозяйственной деятельности автотранспортных организаций : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Бачурин. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 296 с. — (Профессиональное образование).

7. Борисова, О. В. Инвестиции в 2 т. Т. 1. Инвестиционный анализ : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. В. Борисова, Н. И. Малых, Л. В. Овешникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 218 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01718-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/432922>

8. Валько, Д. В. Экономическая безопасность : учебное пособие для вузов / Д. В. Валько. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 150 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10627-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/456669>

9. Гарнов, А. П. Экономика предприятия : учебник для бакалавров / А. П. Гарнов, Е. А. Хлевная, А. В. Мыльник. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 303 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3468-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/426184>

10. Дмитриева, И. М. Бухгалтерский учет и анализ : учебник для вузов / И. М. Дмитриева, И. В. Захаров, О. Н. Калачева ; под редакцией И. М. Дмитриевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03353-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/449976>

11. Жилкина, А. Н. Финансовый анализ : учебник и практикум для вузов / А. Н. Жилкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 285 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02401-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/450070>

12. Заграновская, А. В. Теория систем и системный анализ в экономике : учебное пособие для вузов / А. В. Заграновская, Ю. Н. Эйсснер. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 266 с. — (Высшее образование).

13. Информационные технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 1 : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов [и др.] ; под редакцией В. В. Трофимова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 269 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09137-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/456063>

14. Информационные технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 2 : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов [и др.] ; под редакцией В. В. Трофимова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 245 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09139-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/456064>

15. Казакова, Н. А. Анализ финансовой отчетности. Консолидированный бизнес : учебник для вузов / Н. А. Казакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование).

16. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для вузов / Н. А. Казакова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 469 с. — (Высшее образование).

17. Касьяненко, Т. Г. Анализ и оценка рисков в бизнесе : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Г. Касьяненко, Г. А. Маховикова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 381 с. — (Профессиональное образование).
18. Клочкова, Е. Н. Экономика предприятия : учебник для вузов / Е. Н. Клочкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова ; под редакцией Е. Н. Клочковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 447 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06001-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/450123>
19. Комплексный анализ хозяйственной деятельности : учебник и практикум для вузов / В. И. Бариленко [и др.] ; под редакцией В. И. Бариленко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 455 с. — (Высшее образование).
20. Кузнецова, Е. И. Экономическая безопасность : учебник и практикум для вузов / Е. И. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09032-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/451954>
21. Кузьмина, Е. Е. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина, Л. П. Кузьмина ; под общей редакцией Е. Е. Кузьминой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 225 с. — (Высшее образование).
22. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 135 с. — (Профессиональное образование).
23. Пименов, Н. А. Управление финансовыми рисками в системе экономической безопасности : учебник и практикум для вузов / Н. А. Пименов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04539-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/450094>
24. Прокофьева, Т. А. Системный анализ в менеджменте : учебник для вузов / Т. А. Прокофьева, В. В. Челноков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 313 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10451-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/430166>
25. Рассолов, И. М. Информационное право : учебник и практикум для вузов / И. М. Рассолов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 347 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04348-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/449839>
26. Румянцева, Е. Е. Экономический анализ : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 381 с. — (Высшее образование).
27. Румянцева, Е. Е. Экономический анализ : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 381 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7946-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/452238>
28. Сергеев, А. А. Экономическая безопасность предприятия : учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10645-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/455598>
29. Системный анализ : учебник и практикум для вузов / В. В. Кузнецов [и др.] ; под общей редакцией В. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 270 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8591-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/451724>
30. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 373 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09532-6. — URL :  
<https://urait.ru/bcode/453848>

31. Сологубова, Г. С. Составляющие цифровой трансформации : монография / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 147 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-11335-8. — URL :  
<https://urait.ru/bcode/456069>

32. Толпегина, О. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / О. А. Толпегина, Н. А. Толпегина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 364 с. — (Высшее образование).

33. Толпегина, О. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / О. А. Толпегина, Н. А. Толпегина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 182 с. — (Высшее образование).

34. Управление финансовыми рисками : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. П. Хоминич [и др.] ; под редакцией И. П. Хоминич, И. В. Пещанской. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 345 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01019-0. — URL :  
<https://urait.ru/bcode/433674>

35. Уразгалиев, В. Ш. Экономическая безопасность : учебник и практикум для вузов / В. Ш. Уразгалиев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 675 с. — (Специалист). — ISBN 978-5-534-09982-9. — URL :  
<https://urait.ru/bcode/429091>

36. Финансовый менеджмент: проблемы и решения в 2 ч. Часть 2 : учебник для вузов / А. З. Бобылева [и др.] ; под редакцией А. З. Бобылевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 328 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10159-1. — URL :  
<https://urait.ru/bcode/451911>

37. Финансы : учебник и практикум для вузов / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 439 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9586-2. — URL :  
<https://urait.ru/bcode/450194>

38. Финансы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 439 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13306-6. — URL :  
<https://urait.ru/bcode/457474>

39. Холодкова, В. В. Управление инвестиционным проектом : практическое пособие / В. В. Холодкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 302 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-09088-8. — URL :  
<https://urait.ru/bcode/455590>

40. Холодкова, В. В. Управление инвестиционным проектом : учебник и практикум для вузов / В. В. Холодкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 302 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07049-1. — URL :  
<https://urait.ru/bcode/455166>

41. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия : учебник и практикум для вузов / Л. А. Чалдаева. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10521-6. — URL :  
<https://urait.ru/bcode/449766>

42. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 431 с. — (Профессиональное образование).

43. Шадрина, Г. В. Управленческий и финансовый анализ : учебник и практикум для вузов / Г. В. Шадрина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020.

- 316 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01284-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/452783>
44. Шульц, В. Л. Безопасность предпринимательской деятельности : учебник для вузов / В. Л. Шульц, А. В. Юрченко, А. Д. Рудченко ; под редакцией В. Л. Шульца. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 585 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12368-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/447405>
45. Экономика предприятия : учебник для академического бакалавриата / С. П. Кирильчук [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 417 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07473-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/438903>
46. Экономика предприятия : учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин [и др.] ; под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 498 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05066-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/450347>
47. Экономика предприятия : учебник для академического бакалавриата / С. П. Кирильчук [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 417 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07473-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/438903>
48. Экономика предприятия : учебник для среднего профессионального образования / С. П. Кирильчук [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 416 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10085-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/429337>
49. Экономика предприятия. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / С. П. Кирильчук [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 517 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07495-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/423213>
50. Экономическая безопасность : учебник для вузов / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под общей редакцией Л. П. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06090-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/448446>
51. Экономическая информатика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Ю. Д. Романова [и др.] ; ответственный редактор Ю. Д. Романова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 495 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3770-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/426110>
52. Экономическая информатика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. Д. Романова [и др.] ; под редакцией Ю. Д. Романовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 495 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13400-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/459019>
53. Экономический анализ в 2 ч. Часть 1. : учебник для вузов / Н. В. Войтоловский [и др.] ; под редакцией Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10997-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/454211>
54. Экономический анализ в 2 ч. Часть 2. : учебник для вузов / Н. В. Войтоловский [и др.] ; под редакцией Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 302 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10999-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/454212>

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/113135>