

№ п/п	Название дисциплин (модулей, уроков)	Всего часов
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
1	<b>Цели и задачи бизнес-анализа государственных, муниципальных и корпоративных закупок</b>	<b>8</b>
	1.1 Вводный урок	
	1.2 Цели и задачи аналитики бизнеса	
	1.3 Методы бизнес-анализа	
	Зачет: Первичный бизнес-анализ	
2	<b>Анализ бизнеса и финансово-хозяйственной деятельности предприятия</b>	<b>40</b>
	2.1 Виды государственных закупок 44-ФЗ, 223-ФЗ	
	2.2 Требования к участникам государственных закупок: формы собственности	
	2.3 Требования к участникам государственных закупок по видам деятельности	
	2.4 Анализ действующего бизнеса	
	2.5 Как подготовить фирму для участия в госзакупках	
	Зачет: Анализ конкретного бизнеса	
3	<b>Анализ отрасли государственных, муниципальных и корпоративных закупок</b>	<b>60</b>
	3.1 Сервисы поиска и аналитики тендеров	
	3.2 15 ключевых показателей для анализа отрасли при работе с госзакупками и тендерами	
	3.3 Анализ отрасли в системе поиска и аналитики тендеров Маркер Интерфакс	
	Зачет: Анализ отрасли для конкретного бизнеса	
4	<b>Анализ закупок, требований к товарам, работам, услугам и критериев отбора поставщиков, подрядчиков, исполнителей</b>	<b>20</b>
	4.1 Показатели для анализа тендерной документации 44-ФЗ	
	4.2 Показатели для анализа тендерной документации 223-ФЗ	
	4.3 Что анализирует тендерный специалист и предприниматель	
	4.4 Ограничение конкуренции в закупках	
	4.5 Особенности участия у разных заказчиков	
	Зачет: Анализ закупок для конкретного бизнеса	
5	<b>Формирование и анализ плана продаж и воронки тендерных продаж</b>	<b>20</b>
	5.1 План-график и план закупок	
	5.2 Анализ возможностей на основе ретроспективного анализа	
	5.3 Воронка тендерных продаж	
	Зачет: Анализ планов-графиков и планов закупок. Построение воронки тендерных продаж	
6	<b>Анализ заказчиков и оценка закупочной деятельности</b>	<b>20</b>
	6.1 Анализ закупочной активности заказчика	
	6.2 Анализ финансовой отчетности	
	6.3 Анализ жалоб в ФАС и судебных дел	

	6.4 Косвенные признаки недобросовестности заказчика	
	6.6 Бесплатные и платные сервисы для проверки контрагентов	
	Зачет: Анализ конкретных заказчиков	
7	<b>Стратегический анализ конкурентов</b>	<b>20</b>
	7.1 Анализ действующих и потенциальных конкурентов	
	Зачет: Анализ конкурентов	
8	<b>Оценка рисков и разработка системы риск-менеджмента предприятия</b>	<b>20</b>
	8.1 Принципы риск-менеджмента	
	8.2 Риски при подготовке заявок	
	8.3 Риски при оформлении НГ	
	8.4 Риски при работе с ЭТП: подача, аукцион, переторжка	
	8.5 Риски при подписании контракта	
	8.6 Риски при исполнении контракта	
	8.7 Как тендерный специалист минимизирует риски	
	8.8 Мошенничество в госзакупках: несуществующие тендеры крупных корпораций; мошенники в ЕИС; мошенники в сфере финансовых услуг для госзаказа; кто дает 100% гарантию победы в тендерах	
	Зачет: Анализ рисков	
9	<b>Бизнес-процессы и ресурсы для развития тендерных продаж</b>	<b>20</b>
	9.1 Сервисы поиска и аналитики тендеров	
	9.2 Сервисы проверки контрагентов	
	9.3 Облачный диск	
	9.4 CRM-система	
	Зачет: Анализ ресурсов для развития тендерных продаж	
10	<b>Аналитический отчет, стратегия тендерных продаж и план её реализации</b>	<b>24</b>
	10.1 Составление аналитического отчета по выбранной отрасли	
	10.2 Стратегия тендерных продаж	
	Зачет: Стратегия тендерных продаж для конкретного бизнеса	
11	<b>Итоговый аналитический отчет</b>	<b>4</b>
12	<b>Итого:</b>	<b>256</b>