

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им.
Н.И. Лобачевского»**

Факультет социальных наук

УТВЕРЖДАЮ:

решением президиума Учёного совета ННГУ

протокол № 4 от 14.12.2021 г.

Рабочая программа дисциплины

ИННОВАЦИОННОЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки / специальность
39.03.02 «СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА»

Направленность образовательной программы
Социальная работа с различными группами населения

Квалификация (степень)
БАКАЛАВР

Форма обучения
Очная, заочная

Нижний Новгород

2022

1. **Место и цели дисциплины в структуре ОПОП.** Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)», является обязательной дисциплиной в рамках программы бакалавриата на втором году обучения, читается в 3-м семестре.

Целями освоения дисциплины являются:

Цель курса — сформировать у студента базовые способности и готовность к поиску новых, нестандартных путей решения проблем и внедрению их в ходе управленческой и предпринимательской деятельности в социально-психологической сфере.

Задачи курса:

- изучить ключевые понятия менеджмента и предпринимательской деятельности, функции и компетенции менеджера и предпринимателя;
- привести студентов к осознанию предпринимательской деятельности как одного из возможных путей профессиональной самореализации;
- сформировать мотивацию к поиску новых, нестандартных путей рассмотрения и решения проблем;
- научить студентов оценивать способности и готовность к успешному ведению предпринимательской деятельности;
- развить у студентов навыки формирования бизнес-команд и эффективного ведения командной работы;
- развить у студентов способность и готовность генерировать бизнес-идеи в психологической деятельности;
- сформировать у студентов навыки сбора информации о продукте (услуги) и их описания;
- сформировать у студентов навыки сбора информации по рынку и разработки плана маркетинга и продаж;
- сформировать у студентов базовые знания и навыки по разработке миссии, бренда, фирменного стиля организации;
- сформировать у студентов навыки производственного планирования;
- сформировать у студентов навыки выбора организационной структуры и разработки графика реализации проекта;
- сформировать у студентов базовые навыки финансового планирования, оценки и снижения рисков предпринимательской деятельности;
- сформировать у студентов навыки оценки эффективности бизнес-проекта;
- сформировать у студентов навыки оформления бизнес-плана;
- сформировать у студентов навыки проведения презентации бизнес-плана.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников)

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
-------------------------	---

<p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; ИУК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста; ИУК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста; ИУК-6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития</p> <ul style="list-style-type: none"> •
<p>ПК-9. Способен к подготовке и организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан</p>	<p>ИПК-9.1. Владеет знаниями о социальных услугах и мерах социальной поддержки, предоставляемых в социальных службах и некоммерческих организациях, в том числе общественных объединениях, добровольческих (волонтерских) организациях и частными лицами в различных этнокультурных и геополитических, социальных и экономических условиях; ИПК-9.2. Привлекает ресурсы, предоставляемые социальными службами, некоммерческими организациями и частными лицами, в организации социального обслуживания населения, в том числе в рамках межведомственного взаимодействия; ИПК-9.3. Анализирует возможности спонсорства, благотворительности и фандрайзинга для решения социальных задач; ИПК-9.4. Разрабатывает программы социального просвещения и повышения уровня информированности населения о мерах и субъектах социальной поддержки и защиты населения.</p> <ul style="list-style-type: none"> •

3. Структура и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 2 зачетных единицы, всего 72 часа, из которых 33_часа составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (16 часов занятия лекционного типа, 16 часов занятия семинарского типа (семинары, научно-практические занятия, лабораторные работы и т.п.), в том числе 2 часа - мероприятия текущего контроля успеваемости, 1 час - мероприятия промежуточной аттестации), 39 часов составляет самостоятельная работа обучающегося (очная форма обучения);

2 зачетных единицы, всего 72 часа, из которых 9_часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (4 часа занятия лекционного типа, 4 часа занятия

семинарского типа (семинары, научно-практические занятия, лабораторные работы и т.п.), в том числе 2 часа - мероприятия текущего контроля успеваемости, 1 час - мероприятия промежуточной аттестации), 63_часа составляет самостоятельная работа обучающегося (заочная форма обучения).

Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации по дисциплине	Всего (часы)		В том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося	
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Всего			
	Очное	Заочное	Очное	Заочное	Очное	Заочное	Очное	Заочное	Очное	Заочное
1. Диагностика адапторско-инноваторского стиля (методика “КАИМА”, изучение теории адапторства-инноваторства М. Киртона, определение своего места и роли в проектной команде.	5	5,5	1	0,5	1		2	0,5	3	5
2. Ключевые понятия менеджмента и инновационной предпринимательской деятельности	5	5,5	1	0,5	1		2	0,5	3	5
3. Определение бизнес-идеи. Понятие «бизнес-план», его функции. Цель, разделы и этапы бизнес-планирования. Типичные ошибки при разработке бизнес-плана и их профилактика.	5	5,5	1	0,5	1		2	0,5	3	5
4. Продукт и среда бизнеса. Понятия «продукт», «товар», «услуга», «концепция бизнеса». Оценка ёмкости рынка. Выбор местонахождения организации.	5	5,5	1	0,5	1		2	0,5	3	5
5. Анализ рынка продаж и конкурентной ситуации. План маркетинга	5	5,5	1	0,5	1		2	0,5	3	5
6. Нейминг и дизайн логотипа Понятие «нейма», способы формирования нейма, виды неймов. Сила архетипов при использовании в нейминге. Проверка эффективности нейма. Назначение логотипа. Виды логотипов. Способы представления логотипов. Ошибки при разработке логотипов.	5	6	1	0,5	1	0,5	2	1	3	5

<p>7. План продаж</p> <p>Цепочка: прогноз продаж – финансовый план. Порядок и методы разработки плана продаж. Периоды в плане продаж. Расчёт диапазона показателей в плане продаж. Прогноз продаж на пять лет: первый год – поквартально, второй-пятый – по годам.</p>	5	6	1	0,5	1	0,5	2	1	3	5
<p>8. Производственный план</p> <p>Временная перспектива производственного плана. Сведения производственного плана Требования к выбору местоположения, домена, хостинг-провайдера для социального бизнеса. Преодоление сезонных колебаний. Понятие «аутсорсинга». Качество сервиса в социальном бизнесе. Описание производственного цикла. Список потенциальных поставщиков и аутсорсинговых компаний для сотрудничества. Производственные затраты.</p>	5	5	1	0,5	1	0,5	2	1	3	4
<p>9. Организационный план. Управление персоналом</p> <p>Ключевые события на начальном этапе развития бизнеса и их отражение в деловом расписании. Деловое расписание бизнес-проекта. Организационно-правовая форма собственности. Организационная структура и штатное расписание. Компетенции персонала. Трудовые договоры. Потребность в консультантах.</p>	5	4,5	1		1	0,5	2	0,5	3	4
<p>10. Финансовый план. Стратегия финансирования</p> <p>Финансовые документы. Источники и виды финансирования. Прогнозируемый денежный поток. Инвестиционные и текущие расходы. Потребность в капитале. Политика распределения прибыли после уплаты налогов. Эффективность инвестиций. Показатели ликвидности.</p>	5	4,5	1		1	0,5	2	0,5	3	4
<p>11. Оценка рисков и их снижение</p> <p>Понятие риска, его оценка и прогнозирование. Содержание риска. Назначение риска. Причина риска. Уровень иерархии. Характер проявления рисков. Методы снижения риска. Методы управления риском.</p>	7	4,5	2		2	0,5	4	0,5	3	4

12. Оценка эффективности бизнес-проекта Регулярная оценка. Валовая прибыль. Чистая прибыль. Рентабельность. Оборачиваемость. Зарплатоёмкость. Коэффициент покупательской лояльности. Отзывы клиентов. Рентабельность рекламных кампаний. Инвестиционная эффективность бизнес-проекта. Чистый приведённый доход. Чистый дисконтированный доход. Чистый денежный поток. Ставка дисконтирования. Настоящая и будущая стоимость денег. Индекс доходности. Прибыльность инвестиций. Период окупаемости. Внутренняя ставка доходности.	7	4,5	2		2	0,5	4	0,5	3	4
13. Оформление и презентация бизнес-плана. Титульный лист, аннотация, резюме, структура бизнес-плана. Презентация бизнес-плана	7	4,5	2		2	0,5	4	0,5	3	4
В т.ч. текущий контроль	2	2			22	22	2			
Промежуточная аттестация – зачет										

4. Образовательные технологии включают:

А) в рамках контактной (аудиторной) работы различные виды активных/интерактивных форм проведения практических занятий: лекции, семинары с психологическим тестированием, мозговыми штурмами и презентациями студентов по итогам выполненной работы;

Б) в рамках внеаудиторной работы подготовка к практическим / семинарским занятиям: прочтение и анализ научной и прикладной литературы по теме, проведение различных видов маркетинговых исследований, командные мозговые штурмы по проекту, расчётные задания, разработка документов.

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Задание 1. Определение бизнес-идей

1. Студенты работают в командах, которые были сформированы по результатам диагностики адапторско-инноваторского стиля.

2. Каждая команда выбирает **лидера**, который направляет и отвечает за групповую работу.

3. Лидер команды организует мозговой штурм, в ходе которого студенты формулируют **несколько идей собственного бизнеса**, содержание которого связано с трудовой функцией психолога. Источниками бизнес-идей для студентов могут быть результаты научной работы, мнение преподавателей факультета, информация о потребностях в социально-психологических услугах потенциальных клиентов, анализ деятельности уже работающих психологических центров, новые законы.

4. В заключительной части мозгового штурма команда студентов проводит критическую оценку выдвинутых идей (табл. 1) на основе следующих критериев:

оригинальность, заинтересованность каждого участника в реализации проекта, возможность реализовать проект на практике в ближайшей перспективе.

Таблица 1. Оценка бизнес-идей

Бизнес-идея	Оригинальность	Заинтересованность в реализации	Реализуемость	Баллы	Ранг

5. После проведения критической оценки следует оставить одну-две идеи, которые команда будет представлять на практическом занятии.

6. Для подготовки презентации на практическом занятии необходимо кратко определить **продукт бизнеса**, указать потенциальных покупателей, ресурсы, требуемые для реализации идеи. Кроме того, каждый член команды указывает, в чём он видит для себя пользу и ценность работы в проекте, а также какой вклад он планирует сделать в развитие бизнеса.

Задание 2. Продукт и среда бизнеса

1. Студенты продолжают работу в проектных командах, каждая из которых готовит подробное **описание продукта и среды бизнеса**. Описание продукта и среды являются основой для подготовки презентации.

2. При подготовке описания продукта (табл. 2) и среды бизнеса (табл. 3) студентам рекомендуется ответить на приведённые ниже вопросы.

Таблица 2. Описание продукта

№	Вопросы	Ответы
1	Какие потребности клиентов удовлетворяет предлагаемый продукт?	
2	Каковы основные характеристики предлагаемого продукта?	
3	Что уникального в предлагаемом продукте?	
4	Как уникальные характеристики предлагаемого продукта обеспечивают его конкурентоспособность?	
5	Каковы особенности дизайна, упаковки предлагаемого продукта?	
6	В чём основная ценность предлагаемого продукта для его потребителей?	

7	Каковы слабые стороны предлагаемого продукта?	
8	Каким образом планируется защитить особенности предлагаемого продукта (патентами, авторскими свидетельствами и др.)?	
9	Каким образом будет реализоваться продукт?	
10	Сколько времени потребуется до вывода предлагаемого продукта до первых продаж, их пика, пика прибыли, снижения прибыли?	
11	Как можно охарактеризовать жизненный цикл продукта на каждой из его стадий: зарождение, рост, стабилизация, спад?	
12	Каковы возможности адаптации или модификации предлагаемого продукта к рыночным изменениям?	
13	Какова примерная цена продажи предлагаемого продукта?	
14	Какова примерная себестоимость продукта?	
15	Какой примерно размер прибыли можно получить от продажи каждой единицы продукта?	

Таблица 3. Описание среды бизнеса

№	Вопросы	Ответы
1	Каково современное состояние отрасли, в которой вы собираетесь работать?	
2	Каковы перспективы развития данной отрасли?	
3	Какова ёмкость вашего рынка?	
4	Какова вероятность появления на этом рынке новых потребителей или уменьшения числа потенциальных клиентов?	
5	Какова вероятность появления новых конкурентов или ухода с рынка имеющихся?	
6	Какие законы определяют состояние рынка?	
7	Что обещает хорошую перспективу в выбранной отрасли бизнеса?	

3. Студенты также разрабатывают **визуальный образ продукта**, который может быть представлен как эскиз рисунка, фотография или видеоролик.

Задание 3. Анализ рынка продаж и конкурентной ситуации. План маркетинга

1. Студенты продолжают работу в проектных командах, каждая из которых готовит подробное описание потребителей продукта, анализирует конкурентную ситуацию на рынке и разрабатывает план маркетинга. Описания целевого рынка, анализ конкурентной ситуации и план маркетинга являются основой для подготовки презентации.

2. При подготовке **описания рынка продаж** студентам рекомендуется ответить на приведённые ниже вопросы (табл. 4).

Таблица 4. Анализ рынка продаж

№	Вопросы	Ответы
Описание рынка продаж		
1	Кто заинтересован в предлагаемом продукте?	<i>Укажите ключевые характеристики потенциальных клиентов, которые влияют на выбор продукта по предлагаемой схеме и/ или дополните перечень другими качествами</i>
	Физические лица <i>Пол</i> <i>Возраст</i> <i>Социальный статус</i> <i>Жизненный цикл семьи</i> <i>Национальность</i> <i>Этническая группа</i> <i>Религия</i> <i>Образование</i> <i>Род деятельности</i> <i>Должность</i> <i>Уровень дохода</i> <i>Хобби, интересы</i> <i>Стиль жизни</i> <i>Другое</i>	
	Юридические лица <i>Отрасль бизнеса (торговля, промышленность, сервис)</i> <i>Местоположение компании</i> <i>Размер бизнеса (крупный, средний, малый)</i> <i>Регионы работы компании</i> <i>Организационно-правовая форма собственности</i> <i>Каналы распределения</i> <i>Численность персонала (ориентировочно)</i> <i>Другое</i>	
2	Кто будет самым выгодным клиентом?	
3	Сколько потенциальных заказов на предлагаемый продукт могут сделать потребители?	
4	Какая доля заказов приходится на предлагаемый вами продукт?	
5	Каков потенциал роста рынка?	
6	Что будет происходить с вашей долей по мере роста рынка?	
7	Чем вы сможете привлечь и удержать внимание покупателей?	

8	Каким образом вы сможете расширить круг потенциальных покупателей?	
9	Как расширить границы рынка?	
10	Какими методами вы будете продвигать продукт	

3. Далее студенты анализируют **информацию о конкурентах и конкурентной ситуации** на том рынке, на котором они собираются продать свой продукт. Для этого предлагается сначала составить полный перечень конкурентов и описать их объёмы продаж, уровень доходов, технологии, продукт, его ценообразование, качество, дизайн, отзывы покупателей, послепродажный сервис, рекламу (табл. 5)

Таблица 5. Портрет конкурентов

№	Показатели	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3
1	Наименование			
2	http://			
3	Размер бизнеса			
4	Объёмы продаж			
5	Уровень прибыли			
6	Технологии			
7	Продукт			
8	Цена			
9	Качество			
10	Дизайн			
11	Отзывы покупателей			
12	Послепродажный сервис			
13	Реклама			

При сборе информации студенты наряду с анализом Интернет-ресурсов проводят опрос конкурентов, а при возможности и их клиентов. Результаты опросов прилагаются к бизнес-плану.

4. Собранные данные используются для количественного анализа конкурентных преимуществ (табл. 6), которые отражаются заливкой соответствующей ячейки в таблице. В каждой строке заливка может использоваться только один раз. В итоговой строке подсчитывает количество преимуществ, имеющихся у каждой компании.

Таблица 6. Количественный анализ конкурентных преимуществ

№	Показатель	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Ваша компания
1	Ассортимент (широта, глубина)				

2	Качество				
3	Цена				
4	Реклама				
5	Оперативность выполнения заказа				
6	Удобство покупки				
7	Гарантии				
8	Помощь в использовании				
9	Клиенто-ориентированное общение				
10	Эксклюзивность				
	Итого, баллов				

Определяется, каков удельный вес конкурентных преимуществ вашего бизнеса ____ %. Если доля конкурентных преимуществ нового бизнес-проекта не превосходит 30%, то вам необходимо вернуться на предыдущий этап работы и пересмотреть концепцию бизнеса таким образом, чтобы обеспечить более устойчивое положение на рынке. Кроме того, полезно проанализировать свои конкурентные преимущества по заданной схеме на отдельных сегментах рынка. Для каждого сегмента рынка заполняется своя таблица (табл. 6). После чего определяется, на каком рыночном сегменте ваша компания может получить явные преимущества.

5. Используя **матрицу Бостонской консалтинговой группы**, студенты делают наглядные иллюстрации доли на рынке и темпам роста своего продукта и продуктов конкурентов.

6. Собранные данные используются для разработки **плана маркетинга**, которые начинается с миссии компании (табл. 7).

Таблица 7. План маркетинга

№	Вопросы	Ответы
1	Какова миссия бизнес-проекта?	
2	Каким образом можно рассчитать цену на продукт?	
3	Какие факторы надо принимать во внимание, устанавливая цены (например, логистика, гарантийные обязательства)?	
4	Насколько продукт чувствителен к колебаниям цены?	
5	Каковы принципы ценообразования?	
6	Какие характеристики качества наиболее привлекательные для потребителей?	
7	В чём состоят особенности фирменного стиля?	
8	Какие методы будут использоваться для реализации продукта (активные продажи, торговая сеть, Интернет-магазин, дистрибуторы и др.)?	

9	Какие виды рекламы будут использоваться?	
10	Как бизнес-проект будет представлен в Интернете?	
11	Что планируется сделать для формирования приверженности и удержания клиентов?	
12	Какие планируются затраты на рекламные кампании?	
13	Каковы критерии оценки эффективности рекламных кампаний?	
14	Какие дополнительные услуги планируется оказывать клиенту (кредитование, информационная поддержка, страхование, обучение, доставка и др.)?	
15	Может ли клиент воспользоваться продуктом до покупки?	
16	В каких случаях клиенту гарантируется возврат денег?	
17	Будут ли специальные знаки на продукте?	
18	Нужны ли запасные части для продукта? Как они будут поставляться?	
19	Можно ли получить продукт, сделав предварительный заказ?	
20	Необходима ли дополнительная информация о продукте, которая будет стимулировать продажи?	
21	Каковы требования к способу и времени продаж?	
22	Как будет реализоваться продукт на начальном этапе?	

Задание 4. Нейминг. Дизайн логотипа

1. Проектные команды определяют **имя компании**, применяя следующий алгоритм (табл. 8). Результат работы надо вписать в таблицу 8 или сделать выбор заливкой соответствующих ячеек.

Таблица 8. Алгоритм создания нейма

№	Действия	Результат	
1	Перечислить наименования конкурентов		
2	Выбрать стратегию наименования	Мимикрировать	Подчеркнуть уникальность продукта
3	Выбрать тип названия	Традиционное	Модернистское
4	Выбрать направление поиска названия	Подбор слов	Неологизмы
		Фразеологизмы и литературные образы	Архетипы
5	Вписать все варианты наименований		

6	Выписать только те наименования, которым соответствуют свободные доменные имена	
7	Проверить наименования на выборке из целевой аудитории (не менее, чем число студентов в команде) и выписать только те наименования, которые были воспроизведены без ошибок	

2. Далее студенты формируют окончательный список наименований, которые будут оцениваться на аудиторном занятии однокурсниками (табл. 9). В том случае, если нейм соответствует требованию, то эксперты ставят галочку в соответствующей ячейке.

Таблица 9. Бланк экспертной оценки неймов

№	Требование	Неймы			
		Нейм 1	Нейм 2	Нейм 3	Нейм 4
1	Легко запоминается				
2	Произносится на одном дыхании				
3	Благозвучно				
4	Уникально				
5	Отражает суть продукта				

3. Следующим шагом студенты определяют тип **логотипа** (графическое начертание, буквенное начертание, фирменный блок) и переходят к его разработке. Для презентации на аудиторном занятии команда готовит несколько вариантов логотипа на бумажном носителе и в электронном виде.

4. В ходе презентации студенты других команд выступают в роли экспертов и оценивают каждый вариант логотипа по нескольким показателям (табл. 10). В том случае, если логотип соответствует требованию, то эксперты ставят галочку в соответствующей ячейке.

Таблица 10. Бланк экспертной оценки логотипов

№	Требование	Логотипы			
		Логотип 1	Логотип 2	Логотип 3	Логотип 4
1	Легко узнаваем				
2	Оригинальный				
3	Целостный				
4	Ассоциативный				
5	Универсальный (может быть представлен в цветной и чёрно-белой гаммах)				
6	Функциональный (может быть представлен на бумажном носителе и в электронном виде)				

7	Масштабируется (уменьшается и увеличивается без нарушений пропорций)				
8	Лаконичный				

Задание 5. План продаж

1. Проектные команды выбирают один-два метода (экспертная оценка, опросы потребителей, анализ временных рядов, экономические модели), которые будут использовать для сбора данных, и проводят исследование. Первичные данные прилагаются к бизнес-плану.

2. На основе собранных данных строится **прогноз продаж** по каждому рынку на 5 лет, причём на первый год поквартально, на последующие — по годам (табл. 11).

Таблица 11. Прогноз продаж

Вид рынка	Годы								Общий объём продаж, руб.
	1-й				2-й	3-й	4-й	5-й	
	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.					
А Продано ед. Цена 1 ед., руб. Всего продаж, руб.									
В Продано. Цена 1 ед., руб. Всего продаж, руб									
С Продано ед. Цена 1 ед., руб. Всего продаж, руб.									
Общий объём продаж, руб.									

Задание 6. Производственный план

1. Студенты описывают, каким образом будет производиться продукт, отвечая на приведённые ниже вопросы (табл. 12).

Таблица 12. Производственный цикл

№	Вопросы	Ответы
---	---------	--------

1	Какова технология производства продукта?	
2	Что включает в себя цикл производства продукта?	
3	Где будет происходить производство продукта?	
4	Возможно ли сезонные колебания в производстве продукта?	
5	Как можно без потерь справиться с сезонными колебаниями производства?	
6	Какое требуется помещение для производства продукта?	
7	Где будет находиться производственное помещение?	
8	Какое оборудование и материалы требуются для производства продукта?	
9	На каких условиях планируется эксплуатация производственного помещения?	
10	Где будут закупаться оборудование и материалы?	
11	Планируется ли передать часть работ на аутсорсинг?	
12	Какой репутацией обладают аутсорсинговые компании, с которыми планируется сотрудничество?	
13	Какие работы планируются по усовершенствованию продукта?	
14	Какие нормативные акты регулируют производство продукта?	
15	Каким образом будет производиться контроль качества продукта?	
16	Есть ли возможность ограничить объём производства и ресурсов?	
17	Какие риски возникают при производстве продукта?	
18	Какие патенты, торговые марки планируется зарегистрировать?	

2. Студенты изображают графически **производственный цикл бизнес-проекта**.

3. Далее приводится **список потенциальных поставщиков и аутсорсинговых компаний**, с которыми планируется сотрудничество, и указывается предмет сотрудничества или объект закупки (табл. 13).

Таблица 13. Список потенциальных поставщиков и аутсорсинговых компаний для сотрудничества

№	Наименование поставщика/ аутсорсера	Организационно-правовая форма собственности	http://	Телефоны	Предмет сотрудничества/ объект закупки
1					

2					
3					
4					
5					
6					

4. В ходе устного и письменного опросов изучаются условия сотрудничества/ закупки у потенциальных поставщиков и аутсорсинговых компаний. На основе полученных данных составляется прогноз затрат на производственный процесс (табл. 14) на 5 лет.

Таблица 14. Производственные затраты

Наименование затрат	Годы								Итого, руб.
	1-й				2-й	3-й	4-й	5-й	
	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.					
Помещение									
Оборудование									
Материалы									
Патенты, свидетельства, допуски									
Аутсорсинговые услуги									
Итого, руб.									

Задание 7. Организационный план. Управление персоналом

1. Студенты составляют деловое **расписание бизнес-проекта**, определив ключевые события, сроки их реализации, ответственных лиц, возможные сбои и критические отклонения. Рекомендуется выделять 6-12 событий. Данные заносятся в таблицу (табл. 15), которая имитирует диаграмму Г. Ганта.

Диаграмма Г. Ганта представляет собой популярный способ графического представления плана проекта и графика работ в виде отрезков временной шкалы, что позволяет сравнивать планируемый и фактический ход выполнения заданий. Наиболее часто для создания диаграммы Ганта используется программа управления проектами MS Project. Имитировать график Ганта можно в MS Excel, MS Visio, настроив тип линейчатый диаграммы с накоплением так, чтобы она представляла задачи, длительность их выполнения и иерархию.

Таблица 15. Критические события бизнес-плана

№	Задача	Ответственный	Дата начала	Дата окончания	Возможные сбои и их корректировка	Критические отклонения в расписании
1						
2						
3						
4						
5						
6						

2. Студенты определяют **тип организационной структуры** из предложенных ниже (таб. 16) и представляют его графически.

Таблица 16. Классификация типов организационных структур по взаимодействию с внешней средой

Механистический тип взаимодействия		Органический (адаптивный) тип взаимодействия	
Линейно-функциональная	Дивизиональная	Проектная	Матричная
	<ul style="list-style-type: none"> • Продуктовая • Ориентированная на потребителя • Региональная 		

3. Далее студенты определяют **организационно-правовую форму** в соответствии с Общероссийским классификатором организационно-правовых форм (ОКОПФ), принятым и введенным в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 16 октября 2012 №505-ст. (ред. от 12.12.2014) [1]. Выбор осуществляется в следующих разделах: «Организационно-правовые формы юридических лиц, являющихся коммерческими организациями», «Организационно-правовые формы организаций, созданных без права юридического лица», «Организационно-правовые формы для деятельности граждан (физических лиц)».

4. Далее студенты в соответствии с организационной структурой и деловым расписанием рассчитывают **штатное расписание**. Штатное расписание оформляется в унифицированной форме №Т-3, утвержденной Постановлением Госкомстата РФ от 05.04.2001 №26 (табл. 17).

5. Для каждой должности, указанной в штатном расписании, студенты разрабатывают целостную модель компетенций, используя метод анализа документов, описанный в учебно-методическом пособии М.В. Прохоровой «Психология труда» [2].

5. Для каждого работника готовится проект трудового договора. Содержание и структура договора определяются статьей 57 «Содержание трудового договора» Трудового Кодекса РФ [3]. Наименование должности, специальности, профессии, а также условия оплаты труда указываются в трудовом договоре в соответствии с ранее разработанным штатным расписанием.

6. В том случае, если в составе проектной команды нет кандидатов на вакансии штатного расписания, студенты определяют Интернет-ресурсы, на которых будут искать

потенциальных сотрудников, и готовят текст объявлений, который прилагается к бизнес-плану.

7. Далее приводится список команды, которая будет управлять проектом. В Приложениях к бизнес-плану включаются резюме руководителей (ФИО, контактные данные, должность, компетенции, мотивы занятия предпринимательской деятельностью).

Литература

1. Общероссийский классификатор организационно-правовых форм [Электронный ресурс]. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_139192 (Дата обращения 01.04.2017)

2. Прохорова М.В. Психология труда. – Н.Новгород: ННГУ, 2012. – С. 51-53.

3. Трудовой Кодекс РФ [Электронный ресурс]. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ (Дата обращения 01.04.2017).

Таблица 17. Унифицированная форма № Т-3

Утверждена постановлением Госкомстата РФ

от 05 января 2004 г. № 1

Форма по ОКУД	Код
	0301017
	по ОКПО

наименование организации									
ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ				Номер документа		Дата составления		УТВЕРЖДЕНО	
на период		с “ ” 20 г.		Приказом организации от “ ” 20 г. №		Штат в количестве		Единиц	
Структурное подразделение	код	Должность (специальность, профессия), разряд, класс (категория) квалификации	Количество штатных единиц	Тарифная ставка (оклад) и пр., руб.	Надбавки, руб.		Всего, руб. ((гр. 5 + гр. 6 + гр. 7 + гр. 8) × гр. 4)		Примечание
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Итого									
<div> <div>Руководитель кадровой службы</div> <div> <div>Должность</div> <div>личная подпись</div> <div>расшифровка подписи</div> </div> </div>									
<div> <div>Главный бухгалтер</div> <div> <div>личная подпись</div> <div>расшифровка подписи</div> </div> </div>									

Задание 8. Финансовый план. Стратегия финансирования

1. Студенты определяют **инвестиционные расходы** (табл. 22), которые необходимо сделать для открытия бизнеса, а также определяют **текущие затраты** (табл. 23) и заполняют соответствующие таблицы. При расчётах используются данные, полученные при подготовке разделов «Производственный план» (табл. 12), «Организационный план. Управление персоналом» (табл. 16). В таблице 21 приведён перечень наиболее часто встречаемых затрат, возникающих при открытии бизнеса. В таблице 18 указаны затраты, которые наиболее часто оплачиваются в уже действующем бизнесе. Приведённые перечни можно изменять в соответствии с задачами бизнеса.

Таблица 18. Инвестиционные расходы

№	Наименование расходов	Затраты, руб.
1	Госпошлина при регистрации	
2	Услуги нотариуса	
3	Открытие счёта в банке	
4	Регистрация доменного имени	
5	Оборудование	
6	Установка оборудования	
7	Лицензии, патенты, допуски	
8	
9	Итого инвестиционных расходов	

Таблица 19. Текущие расходы

№	Наименование расходов	Затраты, руб.
1	Фонд оплаты труда	
2	Страховые взносы во внебюджетные фонды (по состоянию на 01 января 2017 г.) <i>Пенсионный Фонд РФ: выплаты не превышают лимит базы – 22%, превышают – 10 %;</i> <i>Фонд обязательного медицинского страхования – 5,1%; Фонд социального страхования РФ – выплаты не превышают лимит базы – 2,9%, превышают – не надо</i> <i>(если иное не предусмотрено налоговым законодательством [1])</i>	
3	Хостинг	
4	Реклама	
5	Аренда	
6	Телефонная связь	
7	Доступ к Интернету	
8	Транспортные расходы	
9	Обучение персонала	
10	Страхование	
11	Банковские услуги	

12	Проценты по кредитам	
13	...	
14	Итого текущих расходов	

2. В соответствии с организационно-правовой формой, штатным расписанием (табл. 17), прогнозом продаж (табл. 11) и текущих расходов (табл. 19) студенты определяют **систему налогообложения** [1]. На основе действующей ставки рассчитываются налоги, которые добавляются к регулярным расходам.

Таблица 20. Системы налогообложения и налоговые ставки
(по состоянию на 01 апреля 2017 г.)

№	Система налогообложения	Нормативный акт – глава Налогового Кодекса РФ [2]	Налоговые ставки (если иное не предусмотрено налоговым законодательством)
1	Общая система налогообложения	Глава 25. Налог на прибыль организаций	Налог на прибыль – 20% (из них 3% – в федеральный бюджет; 17% – в бюджеты субъектов РФ)
		Глава 21. Налог на добавленную стоимость	Налог на добавленную стоимость – 18%
2	Специальный налоговый режим. Упрощённая система налогообложения (уровень дохода и остаточная стоимость основных средств не более 150 млн. рублей; численность персонала не более 100 чел.)	Глава 26.2. Упрощённая система налогообложения	Объект налогообложения – доходы – 6%
			Объект налогообложения – доходы, уменьшенные на величину расходов, – 15%
3	Специальный налоговый режим. Единый налог на вменённый доход (Штат сотрудников не более 100 чел., доля других организаций не более 25%)	Глава 26.3. Система налогообложения в виде единого налога на вменённый доход для отдельных видов деятельности	7,5-15%
4	Специальный налоговый режим. Патентная система налогообложения (Штат сотрудников до 15 чел., годовой доход не более 60 млн. руб. с учётом коэффициента дефлятора).	Глава 26.5 Патентная система налогообложения	Налоговая база / 12 месяцев*количество месяцев срока, на который выдан патент*6. Предельно возможный вменённый доход в 2017 г составит 1 425 000 руб. Максимальная стоимость патента в 2017 г. = 7125 руб.

3. Далее проектные команды принимают решение о возможных **источниках финансирования** (табл. 21), исходя из потребностей в размере инвестиционного капитала, плановых сроках получения и возврата вложенных средств, выплаты процентов по кредитам и дивидендов. Студентами проводится маркетинговое исследование, чтобы конкретизировать данные по источнику финансирования и возникающим обязательствам (табл. 21). Кроме того, определяется порядок распределения прибыли после налогообложения.

Таблица 21. Возможные источники финансирования

№	Вид капитала	Источник финансирования (наименование организации, ФИО физического лица)	Обязательства
---	--------------	--	---------------

1	Собственный капитал		
2	Заёмный капитал		
3	Капитал от продажи доли в бизнесе, акций		
4	Гранты, субсидии		
5	Прибыль (после запуска проекта)		
6	Разные виды капитала		

Литература

1. Действующие налоги и сборы в Российской Федерации (информация приведена по состоянию на 24 августа 2013 г.) [Электронный ресурс]. – URL: <http://nalog.garant.ru/fns/inf/>

(Дата обращения 01.04.2017)

2. Налоговый Кодекс Российской Федерации. В 2 ч. Ч.1. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/

Ч.2. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (Дата обращения 01.04.2017).

Задание 9. Оценка рисков и их оптимизация

1. Студенты определяют возможные **риски**, их уровень и вероятность возникновения (табл. 22). Для оценки уровня рисков и вероятности их наступления привлекаются эксперты. Ранжирование рисков позволит выделить те из них, на профилактике и страховании которых стоит сосредоточиться.

Таблица 22. Значения рисков и их ранжирование

№	Вид риска	Вес риска (W)	Вероятность возникновения риска (V)	Балльная оценка риска (W*V)	Ранги
1					
2					
3					
4					
5					
6					

2. Студенты определяют методы снижения и управления приоритетными рисками (табл. 23).

Таблица 23. Методы оптимизации приоритетных рисков

№	Вид риска	Методы снижения рисков	Методы управления рисками
1			

2			
3			
4			
5			
6			

Задание 10. Оценка эффективности бизнес-проекта

1. Студенты проводят оценку инвестиционной эффективности бизнес-проекта по пяти основным показателям: чистый приведённый доход, индекс (коэффициент) доходности, период окупаемости, внутренняя ставка доходности (см. табл. 23)

Таблица 23. Оценка инвестиционной эффективности бизнес-проекта

№	Наименование показателя	Формула расчёта	Критерий принятия положительного решения	Показатель бизнес-проекта
1	Чистый дисконтированный доход – NPV (Net Present Value)	$NPV = \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t} - \sum_{t=0}^N \frac{I_t}{(1+i)^t}, \quad (1)$ <p>где CF_t – денежные потоки поступлений в периоде t; I_t – инвестиции в период t; i – ставка дисконтирования</p>	$NPV > 0$	
2	Индекс (коэффициент) доходности – PI (Profitability Index)	$PI = \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t} \div \sum_{t=0}^N \frac{I_t}{(1+i)^t}, \quad (2)$ <p>где CF_t – денежные потоки поступлений в периоде t; I_t – инвестиции в период t; i – ставка дисконтирования</p>	$PI > 1$	
3	Период окупаемости инвестиций – PP (Payback Period)	$PP = \frac{I_0}{CF_t}, \quad (3)$ <p>где I_0 – первоначальные инвестиционные затраты на проект; CF_t – денежные потоки поступлений в периоде t</p>	$PP > t$	
4	Внутренняя норма доходности или возврата инвестиций – IRR (Internal Rate of Return)	$IRR = r_1 + \frac{f(r_1)}{f(r_1) - f(r_2)}(r_2 - r_1) \quad (4)$ <p>где r_1 и r_2 – крайние значения доходности</p>	$IRR > CC$	
			где CC – стоимость капитала	

Задание 11. Оформление бизнес-плана и его итоговая презентация

1. Студенты оформляют титульный лист бизнес-плана, на котором указываются следующие данные (табл. 24)

Таблица 24. Титульный лист бизнес-плана

	Логотип
Наименование организации	
http://	
Адрес	
Телефоны	
Кому	
Полное наименование проекта	
Краткое наименование проекта	
Руководитель проекта	
Дата начала реализации проекта	
Продолжительность проекта (мес.)	
Дата составления	

При необходимости на титульном листе можно указать «Строго конфиденциально», обозначить просьбу вернуть бизнес-план, если адресата не заинтересовал проект, а также обозначить сроки, в течение которых будут актуальны представленные в проекте данные.

2. За титульным листом следует аннотация бизнес-плана, которая представляет краткое «якорное» объявление проекта на 0,5-1 страницу. В аннотации указываются: наименование проекта, руководитель проекта, контактные данные заявителя, суть проекта и место его реализации, результат проекта, общая стоимость проекта, необходимые финансовые ресурсы, период окупаемости проекта, ожидаемая среднегодовая прибыль, предполагаемая форма и условия участия в проекте адресата, гарантии.

3. После оформления титульного листа и аннотации студенты переходят к составлению резюме бизнес-плана, которое занимает 2-3 страницы, позволяет получить в течение небольшого времени следующую информацию о проекте: сущность проекта, эффективность проекта, сведения об организации, команда проекта, план действий, финансирование, план возврата вложенных средств, гарантии. Наряду с информацией в письменной форме к резюме можно полезно приложить наглядное изображение продукта.

4. Результаты маркетинговых исследований, резюме управленческой команды, расчётные данные включаются в Приложения к бизнес-плану.

5. Разработанные в ходе выполнения самостоятельных заданий материалы собираются вместе и оформляются в бизнес-план в следующей последовательности:

Титульный лист;

Аннотация;

Резюме проекта;

Продукт и среда бизнеса;

Анализ конкурентов и конкурентной ситуации;

План маркетинга;

План продаж;
 Производственный план;
 Организационный план, управление персоналом;
 Финансовый план, стратегия финансирования;
 Оценка рисков и их оптимизация;
 Оценка эффективности бизнес-проекта;
 Приложения.

6. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине.

6.1. Перечень компетенций выпускников образовательной программы с указанием результатов обучения (знаний, умений, владений), характеризующих этапы их формирования указаны в ОПОП.

2. Аттестация по дисциплине проходит в виде зачета. Зачет выставляется по результатам оценивания бизнес-плана в форме устных презентаций и письменной форме (бизнес-плана). Шкала оценивания бизнес-плана: «зачёт- незачёт»¹.

Двухзначная измерительная шкала оценки сформированности компетенций
 (оценка осуществляется по результатам текущей проверки знаний и промежуточной аттестации)

ПУНКТ ШКАЛЫ	ОЦЕНКА	КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ СОСТАВЛЯЮЩИХ КОМПЕТЕНЦИИ			
		оценка полноты знаний	оценка сформированности умений и навыков	оценка развития способностей	оценка мотивационной готовности к деятельности
1	Не зачтено	Уровень знаний ниже минимальных требований	Имеющихся умений не достаточно для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий, требуется дополнительное обучение	Уровень развития способности значительно ниже среднего по группе (значительно ниже ожидаемого), требуется	Учебная активность и мотивация слабо выражены, готовность решать поставленные задачи качественно отсутствует
2	Зачтено	Уровень знаний соответствует минимальным требованиям	Сформированные умения позволяют решать практические задачи	Уровень развития способности не ниже среднего	Учебная активность и мотивация достаточные, чтобы выполнять большинство поставленных задач на приемлемом уровне качества

¹ Петрова И.Э., Орлов А.В. Оценка сформированности компетенций. – Н. Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2015. – С. 13.

3.Критерии* и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), характеризующих этапы формирования компетенций.

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Процедуры оценивания результатов обучения
ОК-7: способность к самоорганизации и самообразованию	<p>ЗНАТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности; <p>УМЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществления деятельности; • самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности; <p>ВЛАДЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • приемами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности; • технологиями организации процесса самообразования; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности; <p>МОТИВАЦИЯ: Быть готовым к самоорганизации и самообразованию в соответствии с целями профессиональной деятельности.</p>	Задание 10. Оформление бизнес-плана и его итоговая презентация

<p>ПК-7 – способность к реализации межведомственного взаимодействия и координации деятельности специалистов, организаций социального обслуживания, общественных организаций и/ или индивидуальных предпринимателей, осуществляющих социальное обслуживание и иные меры социальной защиты населения</p>	<p>ЗНАТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Типичные проблемы и трудные жизненные ситуации, в которых показано межведомственное взаимодействие • Основных акторов межведомственного взаимодействия в процессе оказания различных социальных услуг; • Федеральные и региональные законодательные акты, регулирующие межведомственное взаимодействие и его регламент; <p>УМЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Определять потребность в межведомственном взаимодействии при решении конкретных задач профессиональной деятельности; • Определять необходимых акторов межведомственного взаимодействия для каждого конкретного случая; • Работать с реестром юридических лиц – поставщиков социальных услуг населению; <p>ВЛАДЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Навыками установления межведомственного взаимодействия, формирования письменных запросов с обоснованием необходимости; • Способностью к определению критериев для оценки эффективности межведомственного взаимодействия; • Навыками координации акторов межведомственного взаимодействия при решении проблем клиентов; <p>МОТИВАЦИЯ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Быть готовым к мобилизации всех возможных ресурсов для решения проблем клиентов; • Быть готовым к делегированию полномочий как процедурной основе межведомственного взаимодействия; <p>Быть готовым к разделению ответственности за результаты межведомственного взаимодействия.</p>	<p><i>Задание 1. Определение бизнес-идеи</i></p> <p><i>Задание 2. Продукт и среда бизнеса</i></p> <p><i>Задание 3. Анализ рынка продаж и конкурентной ситуации. План маркетинга</i></p> <p><i>Задание 4. Нейминг. Дизайн логотипа</i></p> <p><i>Задание 5. План продаж</i></p> <p><i>Задание 6. Производственный план</i></p> <p><i>Задание 7. Финансовый план. Стратегия финансирования</i></p> <p><i>Задание 8. Оценка рисков и их оптимизация</i></p> <p><i>Задание 9. Оценка эффективности бизнес-проекта</i></p>
--	---	---

<p>ПК-8 – способность к организационно-управленческой работе в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан</p>	<p>ЗНАТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Особенности деятельности организаций, реализующих меры социальной защиты граждан; • Технологии разработки организационно-управленческих решений; • Основы кадровой работы; • Законодательство, регулирующее оказание социальных услуг населению. <p>УМЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Применять знания организационно-управленческой работы, реализуемой в подразделениях учреждений социальной защиты населения; • Применять знания социального управления при решении кадровых вопросов в учреждениях социальной защиты населения; • Прогнозировать результаты принимаемых организационно-управленческих решений по реализации мер социальной защиты граждан. <p>ВЛАДЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Навыками организационно-управленческой работы в учреждениях социальной защиты населения; • Навыками анализа факторов внутренней и внешней среды организации, влияющих на качество управленческих решений. • Навыками работы с персоналом социальных учреждений. <p>МОТИВАЦИЯ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Готов применять знания организационно-управленческой работы, повышать уровень развития лидерских качеств в целях обеспечения эффективности решения социальных проблем; <p>Готов вырабатывать и применять навыки групповой работы, творческий подход к решению задач социального менеджмента.</p>	<p><i>Задание 7. Организационный план. Управление персоналом</i></p>
---	--	--

6.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и (или) для итогового контроля сформированности компетенции.

Задания для текущего контроля знаний и шкала/критерии оценивания представлены в пунктах 5 и 6.2.

Итоговая оценка по дисциплине «Инновационное предпринимательство» складывается из:

- командных выступлений по с результатами каждого задания;
- итоговой презентации бизнес-проекта;
- представления бизнес-плана в письменной форме.

Все задания должны быть выполнены в полном объём, допускаются незначительные погрешности.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Инновационное предпринимательство: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. М.: Юрайт, 2017. 523 с.
<https://www.biblio-online.ru/viewer/AD997B4A-8DDF-4C25-A15A-5BA8B6BAEAFa#page/1>

б) дополнительная литература:

- 1 Боброва О.С., Цыбуков С.И., Бобров И.А. Основы бизнеса: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2017. 330 с.
<https://www.biblio-online.ru/viewer/D027A8AB-D145-480E-AC3D-A66959DC9D70#page/1>
2. Боброва О.С., Цыбуков С.И., Бобров И.А. Настольная книга предпринимателя: практическое пособие. М.: Юрайт, 2017. 330 с.
<https://www.biblio-online.ru/viewer/E195C741-4F45-4C4E-A4B5-AE51ECBC0D70#page/1>
3. Кузбмина Е.Е., Кузьмина Л.П. Организация предпринимательской деятельности. Теория и практика: учебное пособие. М.: Юрайт, 2017. 508 с.
<https://www.biblio-online.ru/viewer/D1849B21-EE71-436C-BF59-7C8410ED9D73#page/1>
4. Чеберко Е.Ф. Основы предпринимательской деятельности. История предпринимательства: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2017. 420 с.
<https://www.biblio-online.ru/book/B763D338-7F23-494A-AE4B-CADA6F161E16>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Ассоциация менеджеров
<http://amr.ru>
2. Банк данных «Нормативные документы Правительства РФ»
<http://government.consultant.ru/>
3. Гарант, информационно-правовой портал
<http://garant.ru>
4. Генератор логотипов
<http://creatr.cc/creatr/>
6. Генератор логотипов
<http://simwebsol.com>
7. Каталог логотипов
<http://logobank.ru>
8. Консультант Плюс
<http://consultant.ru>
9. Молодёжное инновационное предпринимательство
<http://innoforum.unn.ru>
10. Молодёжный виртуальный бизнес-инкубатор
<http://i-generation.unn.ru/>
11. Нейминговое агентство “Naming.ru”
<http://naming.ru>
12. Нижегородский инновационный бизнес-инкубатор
<http://bi-clever.ru/>
13. Правительство Нижегородской области
<http://government-nnov.ru/>

14. Президент РФ
<http://kremlin.ru>
15. Росбизнесконсалтинг
<http://rbc.ru>
16. Справочная система «Весь город»
<http://all-gorod.ru>
17. Справочник организаций с картой города «2 ГИС»
<http://2gis.ru>
18. Студенческий бизнес-инкубатор ННГУ «Интуиция»
<http://www.sbi.unn.ru/>
19. ФГУП «Стандартинформ»
<http://www.gostinfo.ru>
20. Федеральная налоговая служба
<http://nalog.ru>
21. Федеральная служба государственной статистики
<http://gks.ru>
22. Banki.ru. Информационный портал
<http://banki.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория для проведения занятий лекционных типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ с учетом рекомендаций и ОПОП ВО.

Автор доцент кафедры психология управления Прохорова М.В.

Рецензент

Заведующий кафедрой психология управления Захарова Л.Н.

Программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии ФСН
9.11.2021, протокол № 2