

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

ФАКУЛЬТЕТ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Учёного совета ННГУ
протокол № 4 от 14.12.2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

**ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

(наименование дисциплины (модуля))

**Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ**

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

**Направление подготовки / специальность
38.03.03 УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ**

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

**Направленность образовательной программы
УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ**

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Квалификация (степень)

БАКАЛАВР

(бакалавр / магистр / специалист)

Форма обучения

ОЧНАЯ

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижний Новгород

2021 год

Место и цели дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Основы предпринимательской деятельности» относится к вариативной части Блока 1. Дисциплины (модули) Учебного плана Основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) ННГУ подготовки бакалавров по направлению 38.03.03. Управление персоналом. Дисциплина «Основы предпринимательской деятельности» изучается на 4 курсе в 7 семестре, согласно Учебному плану.

Трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы.

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 (услуге) и его (её) 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.

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

Формируемые компетенции (код компетенции, уровень освоения – при наличии в карте компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
--	---

Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3)	<p><i>Знать 1:</i> ключевые понятия менеджмента, функции и компетенции менеджера и предпринимателя;</p> <p><i>Знать 2:</i> типы организационных структур; типы организационно-правовой собственности;</p> <p><i>Знать 3:</i> наиболее часто используемые виды налогообложения; методы снижения рисков.</p>
	<i>Уметь 1:</i> рассчитывать и предотвращать риски в любой сфере жизнедеятельности.
	<p><i>Владеть 1:</i> навыками сбора, анализа и обработки данных, необходимых для разработки и реализации проекта; навыками выбора организационной структуры и разработки графика реализации проекта;</p> <p><i>Владеть 2:</i> навыками производственного планирования.</p>
	<p><i>Мотивация 1:</i> готовность применять экономические знания при анализе функционирования различных сфер жизнедеятельности;</p> <p><i>Мотивация 2:</i> осознание предпринимательской деятельности как одного из возможных путей профессиональной самореализации.</p>
Способность анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации (ОПК-5)	<p><i>Знать 1:</i> принципы анализа и оценки конкурентов;</p> <p><i>Знать 2:</i> теории адапторства-инноваторства М. Киртона.</p>
	<p><i>Уметь 1:</i> оценить свой адапторско-инноваторский когнитивный стиль;</p> <p><i>Уметь 2:</i> определить своё место в проектной команде;</p> <p><i>Уметь 3:</i> формировать проектные команды.</p>
	<p><i>Владеть 1:</i> навыками сбора информации о продукте (услуге) и создания его (её) описания;</p> <p><i>Владеть 2:</i> навыками сбора информации о конкурентах и их анализа;</p> <p><i>Владеть 3:</i> навыками разработки плана маркетинга и продаж.</p>
	<i>Мотивация 1:</i> готовность к аналитической работе в контексте целей и задач своей организации.
Знание корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владение навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-28)	<p><i>Знать 1:</i> понятия «бизнес-планирование», «стратегия», «миссия», «бренд», «фирменный стиль организации»;</p> <p><i>Знать 2:</i> виды, этапы и типичные ошибки бизнес-планирования.</p>
	<p><i>Уметь 1:</i> разработать нейм и логотип;</p> <p><i>Уметь 2:</i> оценить эффективность бизнес-проекта.</p>
	<p><i>Владеть 1:</i> навыками оформления бизнес-плана;</p> <p><i>Владеть 2:</i> навыками проведения презентации бизнес-плана.</p>
	<p><i>Мотивация 1:</i> готовность генерировать бизнес-идеи;</p> <p><i>Мотивация 2:</i> готовность создавать бизнес-проекты, полезные для общества.</p>

3. Структура и содержание дисциплины «Основы предпринимательской деятельности»

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Объем дисциплины составляет 2 зачетных единицы, всего 72 часа, из которых для очной формы обучения

17 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем, из них

16 часов – практические занятия семинарского типа (в том числе текущий контроль успеваемости),

1 час – контактная работа на промежуточной аттестации,

55 часов составляет самостоятельная работа обучающегося,

для заочной формы обучения

9 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем, из них

8 часов – практические занятия семинарского типа (в том числе текущий контроль успеваемости),

1 час – контактная работа на промежуточной аттестации,

59 часов составляет самостоятельная работа обучающегося,

4 часов – подготовка обучающегося к промежуточной аттестации в сессию.

Текущий контроль успеваемости проводится в рамках практических занятий семинарского типа. Структура дисциплины представлена в таблице 2.

Таблица 2

Структура дисциплины «Основы менеджмента и предпринимательской деятельности» очной формы обучения

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации по дисциплине	Всего часов	Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего	
Раздел I. Диагностика адапторско-инноваторского стиля включает оценку собственного когнитивного стиля (методика «КАИМА», изучение теории адапторства-инноваторства М. Киртона, определение своего места и роли в проектной команде.	2		1	1	1
Раздел II. Ключевые понятия менеджмента и инновационной предпринимательской деятельности включает изучение понятий «менеджмент», «новации» и «инновации», «предпринимательство», функций менеджера, особенностей предпринимательской деятельности в социальной сфере и ключевых компетенций предпринимателя, классификации инноваций, биографий успешных предпринимателей мира	2		1	1	1
Раздел III. Основы бизнес-планирования предполагает изучение его содержания, видов, этапов	68		12	12	55
<u>Тема 3.1. Определение бизнес-идеи.</u> Понятие «бизнес-план», его функции. Цель, разделы и этапы бизнес-планирования. Типичные ошибки при разработке бизнес-плана и их профилактика. Выдвижение, формулировка идей собственного бизнеса, их оценка, выделение продукта бизнеса, определение потенциальных покупателей и ресурсов для реализации идеи	6		1	1	5

<p><u>Тема 3.2 Продукт и среда бизнеса.</u></p> <p>Понятия «продукт», «товар», «услуга», «концепция бизнеса». Оценка ёмкости рынка. Выбор местонахождения организации. Описание продукта и среды бизнеса. Создание визуального образа продукта.</p>	6		1	1	5
<p><u>Тема 3.3. Анализ рынка продаж и конкурентной ситуации. План маркетинга</u></p> <p>Целевой рынок своего бизнеса и его сегментация. Границы рынка и их расширение. Классификация потенциальных потребителей. Принципы анализа и оценки конкурентов. Альтернативы ценовой конкуренции. Матрица Бостонской консалтинговой группы. Стратегия ценообразования. Описание рынка продаж (физические и/или юридические лица), портрет конкурентов, количественный анализ конкурентных преимуществ, план маркетинга</p>	6		1	1	5
<p><u>Тема 3.4. Нейминг и дизайн логотипа</u></p> <p>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. Алгоритм создания нейма. Экспертная оценка нейма. Создание логотипа и его экспертная оценка</p>	6		1	1	5
<p><u>Тема 3.5. План продаж</u></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>	6		1	1	5
<p><u>Тема 3.6. Производственный план</u></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>	6		1	1	5
<p><u>Тема 3.7. Организационный план. Управление персоналом</u></p> <p>Ключевые события на начальном этапе развития бизнеса и их отражение в деловом</p>	6		1	1	5

расписании. Деловое расписание бизнес-проекта. Организационно-правовая форма собственности. Организационная структура и штатное расписание. Компетенции персонала. Трудовые договоры. Потребность в консультантах.					
<u>Тема 3.8. Финансовый план. Стратегия финансирования</u> 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.	6		1	1	5
<u>Тема 3.9. Оценка рисков и их снижение</u> Понятие риска, его оценка и прогнозирование. Содержание риска. Назначение риска. Причина риска. Уровень иерархии. Характер проявления рисков. Методы снижения риска. Методы управления риском.	6		1	1	5
<u>Тема 3.10. Оценка эффективности бизнес-проекта</u> 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.	6		1	1	5
<u>Тема 3.11. Оформление и презентация бизнес-плана.</u> Титульный лист, аннотация, резюме, структура бизнес-плана. Презентация бизнес-плана	8		2		6

Таблица 3

Структура дисциплины «Основы менеджмента и предпринимательской деятельности» очно-заочной формы обучения

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации по	Всего часов	Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них	Самостоятельная работа
--	-------------	--	------------------------

дисциплине		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего	обучающегося, часы
Раздел I. Диагностика адапторско-инноваторского стиля включает оценку собственного когнитивного стиля (методика “КАИМА”, изучение теории адапторства-инноваторства М. Киртона, определение своего места и роли в проектной команде.	2		1	1	1
Раздел II. Ключевые понятия менеджмента и инновационной предпринимательской деятельности включает изучение понятий «менеджмент», «новации» и «инновации», «предпринимательство», функций менеджера, особенностей предпринимательской деятельности в социальной сфере и ключевых компетенций предпринимателя, классификации инноваций, биографий успешных предпринимателей мира	2		1	1	1
Раздел III. Основы бизнес-планирования предполагает изучение его содержания, видов, этапов	68		7	7	61
<u>Тема 3.1. Определение бизнес-идеи.</u> Понятие «бизнес-план», его функции. Цель, разделы и этапы бизнес-планирования. Типичные ошибки при разработке бизнес-плана и их профилактика. Выдвижение, формулировка идей собственного бизнеса, их оценка, выделение продукта бизнеса, определение потенциальных покупателей и ресурсов для реализации идеи	6		0,5	0,5	5,5
<u>Тема 3.2 Продукт и среда бизнеса.</u> Понятия «продукт», «товар», «услуга», «концепция бизнеса». Оценка ёмкости рынка. Выбор местонахождения организации. Описание продукта и среды бизнеса. Создание визуального образа продукта.	6		0,5	0,5	5,5
<u>Тема 3.3. Анализ рынка продаж и конкурентной ситуации. План маркетинга</u> Целевой рынок своего бизнеса и его сегментация. Границы рынка и их расширение. Классификация потенциальных потребителей. Принципы анализа и оценки конкурентов. Альтернативы ценовой конкуренции. Матрица Бостонской консалтинговой группы. Стратегия ценообразования. Описание рынка продаж (физические и/или	6		0,5	0,5	5,5

юридические лица), портрет конкурентов, количественный анализ конкурентных преимуществ, план маркетинга					
<u>Тема 3.4. Нейминг и дизайн логотипа</u> 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. Алгоритм создания нейма. Экспертная оценка нейма. Создание логотипа и его экспертная оценка	6		0,5	0,5	5,5
<u>Тема 3.5. План продаж</u> 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.	6		0,5	0,5	5,5
<u>Тема 3.6. Производственный план</u> 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.	6		0,5	0,5	5,5
<u>Тема 3.7. Организационный план.</u> <u>Управление персоналом</u> 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.	6		0,5	0,5	5,5
<u>Тема 3.8. Финансовый план. Стратегия финансирования</u> 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.	6		0,5	0,5	5,5

<u>Тема 3.9. Оценка рисков и их снижение</u> Понятие риска, его оценка и прогнозирование. Содержание риска. Назначение риска. Причина риска. Уровень иерархии. Характер проявления рисков. Методы снижения риска. Методы управления риском.	6		0,5	0,5	5,5
<u>Тема 3.10. Оценка эффективности бизнес-проекта</u> 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		0,5	0,5	6,5
<u>Тема 3.11. Оформление и презентация бизнес-плана.</u> Титульный лист, аннотация, резюме, структура бизнес-плана. Презентация бизнес-плана	8		0,5	0	8

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 реализовываться продукт?	
10	Сколько времени потребуется от выведения 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 темпов роста своего продукта и продуктов конкурентов.

6. Собранные данные используются для разработки **плана маркетинга**, который 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 привлекательны 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	Архетипы

		образы	
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 линейчатой

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

по ОКПО

Код

0301017

наименование организации

ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ

Номер документа	Дата составления

УТВЕРЖДЕНО

Приказом организации от “ ” 20 г. №

на период

с “ ”

20 г.

Штат в количестве

Единиц

Структурное подразделение		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
Наименование	код								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Итого									

Руководитель кадровой службы

Должность

личная подпись

расшифровка подписи

Главный бухгалтер

личная подпись

расшифровка подписи

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 %; Фонд обязательного медицинского страхования – 5,1%; Фонд социального страхования РФ – выплаты не превышают лимит базы – 2,9%, превышают – ненадо (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)	Ранг
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(NetPresentValue)	$NPV = \sum_{i=1}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t} - \sum_{t=0}^N \frac{I_t}{(1+i)^t}, (1)$ <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 (ProfitabilityIndex)	$PI = \sum_{i=1}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t} \div \sum_{t=0}^N \frac{I_t}{(1+i)^t}, (2)$ <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 (PaybackPeriod)	$PP = \frac{I_o}{CF_t}, (3)$ <p>где I_o – первоначальные инвестиционные затраты на проект; CF_t – денежные потоки поступлений в периоде t</p>	$PP > t,$ <p>где t – длительность проекта</p>	
4	Внутренняя норма доходности или возврата инвестиций – IRR (InternalRateofReturn)	$IRR = r_1 + \frac{f(r_1)}{f(r_1) - f(r_2)} (r_2 - r_1) (4)$ <p>где r_1 и r_2 – крайние значения доходности</p>	$IRR > CC,$ <p>где CC – стоимость капитала</p>	

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 адресуется	
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 (модулю).

6.1. Перечень и описание компетенций приведен в Приложении 1.

6.2. 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.

Двузначная 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 дополнительное обучение	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

6.3. Критерии* и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций.

Формируемые	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Процедуры оценивания результатов обучения
--------------------	--	--

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

компетенции (код компетенции, уровень освоения – при наличии в карте компетенции)	(модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	
Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3)	<p><i>Знать 1:</i> ключевые понятия менеджмента, функции и компетенции менеджера и предпринимателя;</p> <p><i>Знать 2:</i> типы организационных структур; типы организационно-правовой собственности;</p> <p><i>Знать 3:</i> наиболее часто используемые виды налогообложения; методы снижения рисков.</p>	<p><i>Задание 6. Производственный план</i></p> <p><i>Задание 7. Организационный план. Управление персоналом</i></p> <p><i>Задание 8. Финансовый план. Стратегия финансирования</i></p> <p><i>Задание 9. Оценка рисков и их оптимизация</i></p>
	<p><i>Уметь 1:</i> рассчитывать и предотвращать риски в любой сфере жизнедеятельности.</p>	
	<p><i>Владеть 1:</i> навыками сбора, анализа и обработки данных, необходимых для разработки и реализации проекта; навыками выбора организационной структуры и разработки графика реализации проекта;</p> <p><i>Владеть 2:</i> навыками производственного планирования.</p>	
	<p><i>Мотивация 1:</i> готовность применять экономические знания при анализе функционирования различных сфер жизнедеятельности;</p> <p><i>Мотивация 2:</i> осознание предпринимательской деятельности как одного из возможных путей профессиональной самореализации.</p>	
Способность анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации (ОПК-5)	<p><i>Знать 1:</i> принципы анализа и оценки конкурентов;</p> <p><i>Знать 2:</i> теории адапторства-инноваторства М. Киртона.</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 5. План продаж</i></p>
	<p><i>Уметь 1:</i> оценить свой адапторско-инноваторский когнитивный стиль;</p> <p><i>Уметь 2:</i> определить своё место в проектной команде;</p> <p><i>Уметь 3:</i> формировать проектные команды.</p>	
	<p><i>Владеть 1:</i> навыками сбора информации о продукте (услуге) и создания его (её) их</p>	

	описания; <i>Владеть 2:</i> навыками сбора информации о конкурентах и их анализа; <i>Владеть 3:</i> навыками разработки плана маркетинга и продаж.	
	<i>Мотивация 1:</i> готовность к аналитической работе в контексте целей и задач своей организации.	
Знание корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владение навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-28)	<i>Знать 1:</i> понятия «бизнес-планирование», «стратегия», «миссия», «бренд», «фирменный стиль организации»; <i>Знать 2:</i> виды, этапы и типичные ошибки бизнес-планирования.	<i>Задание 1. Определение бизнес-идеи</i> <i>Задание 4. Нейминг. Дизайн логотипа</i> <i>Задание 10. Оценка эффективности бизнес-проекта</i> <i>Задание 11. Оформление бизнес-плана и его итоговая презентация</i>
	<i>Уметь 1:</i> разработать нейм и логотип; <i>Уметь 2:</i> оценить эффективность бизнес-проекта.	
	<i>Владеть 1:</i> навыками оформления бизнес-плана; <i>Владеть 2:</i> навыком проведения презентации бизнес-плана.	
	<i>Мотивация 1:</i> готовность генерировать бизнес-идеи; <i>Мотивация 2:</i> готовность создавать бизнес-проекты, полезные для общества.	

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

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

Итоговая оценка по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности» складывается из:

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

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

6.5. Тестовые вопросы по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности»

Формируемые компетенции (код компетенции, уровень)	Тестовые вопросы	Правильный ответ (1 балл)
---	------------------	---------------------------

освоения – при наличии в карте компетенции)		
Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3)	<p><i>1. Применение упрощённой системы налогообложения организациями предусматривает:</i></p> <p><i>а) уплату только социальных налогов;</i></p> <p><i>б) налога на прибыль, налога на имущество организаций, налога на добавленную стоимость (за рядом исключений);</i></p> <p><i>в) налога на землю.</i></p>	<p><i>б) налога на прибыль, налога на имущество организаций, налога на добавленную стоимость (за рядом исключений).</i></p>
	<p><i>2. Организации переходят на упрощённую систему налогообложения:</i></p> <p><i>а) добровольно;</i></p> <p><i>б) по решению суда;</i></p> <p><i>в) по требованиям налоговых органов.</i></p>	<p><i>а) добровольно;</i></p>
	<p><i>3. Организация имеет право перейти на упрощённую систему налогообложения, если:</i></p> <p><i>а) по итогам 9 месяцев того года, в котором организация подаёт уведомление о переходе на упрощённую систему налогообложения, доходы не превысили 112,5 млн. рублей;</i></p> <p><i>б) по итогам 6 месяцев того года, в котором организация подаёт уведомление о переходе на упрощённую систему налогообложения, доходы не превысили 112,5 млн. рублей;</i></p> <p><i>в) по итогам 12 месяцев того года, в котором организация подаёт уведомление о переходе на упрощённую систему налогообложения, доходы не превысили 112,5 млн. рублей.</i></p>	<p><i>а) по итогам 9 месяцев того года, в котором организация подаёт уведомление о переходе на упрощённую систему налогообложения, доходы не превысили 112,5 млн. рублей;</i></p>
	<p><i>4. Не вправе применять упрощённую систему налогообложения организации, у которых остаточная стоимость основных средств, в соответствии с законодательством РФ о бухгалтерском учёте, превышает:</i></p> <p><i>а) 100 млн. рублей;</i></p> <p><i>б) 150 млн. рублей;</i></p> <p><i>в) 120 млн. рублей.</i></p>	<p><i>б) 150 млн. рублей.</i></p>
	<p><i>5. Иностранские организации:</i></p>	

	<p>а) не имеют право работать на упрощённой системе налогообложения;</p> <p>б) могут перейти на упрощённую систему налогообложения на общих основаниях;</p> <p>в) могут перейти на упрощённую систему налогообложения при остаточной стоимости основных средств ниже 10 млн. рублей.</p>	<p>а) не имеют право работать на упрощённой системе налогообложения.</p>
	<p>б. Вновь созданная организация вправе уведомить о переходе на упрощённую систему налогообложения:</p> <p>а) в течение 60 календарных дней с даты постановки на налоговый учёт;</p> <p>б) в течение 30 календарных дней с даты постановки на налоговый учёт;</p> <p>в) в течение 7 календарных дней с даты постановки на налоговый учёт.</p>	<p>б) в течение 30 календарных дней с даты постановки на налоговый учёт;</p>
	<p>7. К хозяйствующим субъектам в соответствии с общероссийским классификатором организационно-правовых форм (ОКОПФ) относятся:</p> <p>а) юридические лица;</p> <p>б) индивидуальные предприниматели;</p> <p>в) юридические лица, а также организации, осуществляющие свою деятельность без образования юридического лица, и индивидуальные предприниматели.</p>	<p>в) юридические лица, а также организации, осуществляющие свою деятельность без образования юридического лица, и индивидуальные предприниматели.</p>
Способность анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации (ОПК-5)	<p>1. Ключевые функции менеджера:</p> <p>а) планирование, организация, мотивация, контроль;</p> <p>б) распределение ресурсов;</p> <p>в) самореализация и саморазвитие.</p>	<p>а) планирование, организация, мотивация, контроль.</p>
	<p>2. Для создания и развития организации необходимы следующие виды ресурсов:</p> <p>а) оборудование и материалы;</p> <p>б) документы;</p> <p>в) информационные,</p>	<p>в) информационные,</p>

	<i>материальные, финансовые, человеческие.</i>	<i>материальные, финансовые, человеческие.</i>
	<p>3. Для рисков, которые связаны с колебаниями цены в течение контрактного периода, эффективным инструментом для минимизации ущерба является:</p> <p>а) хэджирование;</p> <p>б) факторинг;</p> <p>в) страхование.</p>	<p>а) хэджирование.</p>
	<p>4. Кредитные ресурсы целесообразно привлекать в том случае, если:</p> <p>а) бизнес только начинается, чтобы быстрее развиваться;</p> <p>б) при низкой ставке рефинансирования ЦБ РФ;</p> <p>в) в быстро растущем бизнесе или стабильно функционирующем бизнесе, когда нехватка средств приводит к снижению доходов.</p>	<p>в) в быстро растущем бизнесе или стабильно функционирующем бизнесе, когда нехватка средств приводит к снижению доходов.</p>
	<p>5. Матрица Бостонской консалтинговой группы – это:</p> <p>а) инструмент стратегического анализа и планирования в маркетинге;</p> <p>б) инструмент для ассортиментного анализа;</p> <p>в) инструмент для анализа продаж.</p>	<p>а) инструмент стратегического анализа и планирования в маркетинге.</p>
	<p>6. Теоретическое обоснование матрицы Бостонской консалтинговой группы включает:</p> <p>а) концепцию жизненного цикла товара, концепцию эффекта масштаба производства;</p> <p>б) концепцию экономических циклов;</p> <p>в) концепцию жизненных циклов организационного развития.</p>	<p>а) концепцию жизненного цикла товара, концепцию эффекта масштаба производства.</p>
	<p>7. Аутсорсинг – это:</p> <p>а) сдача коммерческой недвижимости в аренду на особых условиях;</p> <p>б) передача на управление</p>	

	<p>сторонней организации части функции;</p> <p>в) сдача в аренду оборудования.</p>	
<p>Знание корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владение навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций (ПК-28)</p>	<p>1. Кто использует рабочий вариант бизнес-плана?</p> <p>а) руководство и работники организации;</p> <p>б) кредиторы;</p> <p>в) инвесторы.</p>	<p>а) руководство и работники организации.</p>
	<p>2. Любой бизнес-проект обязательно:</p> <p>а) требует создания юридического лица;</p> <p>б) имеет ограниченную во времени цель;</p> <p>в) направлен на получение прибыли.</p>	<p>б) имеет ограниченную во времени цель.</p>
	<p>3. Бизнес-план коммерческой идеи или инвестиционного проекта предполагает:</p> <p>а) изложение для потенциального партнёра или инвестора результатов маркетингового исследования, обоснование стратегии освоения рынка, предполагаемых финансовых ресурсов;</p> <p>б) обоснование заявки на получение заёмных средств на коммерческой основе от организации-кредитора;</p> <p>в) обоснование заявки на получение средств на безвозмездной основе из государственного, муниципального бюджета или благотворительных фондов.</p>	<p>а) изложение для потенциального партнёра или инвестора результатов маркетингового исследования, обоснование стратегии освоения рынка, предполагаемых финансовых ресурсов.</p>
	<p>4. Товары, не имеющие известного логотипа, называют:</p> <p>а) попуте;</p> <p>б) новыми;</p> <p>в) инновационными.</p>	<p>а) попуте.</p>
	<p>5. Основные разновидности логотипов:</p> <p>а) графическое начертание;</p> <p>б) текст;</p> <p>в) графическое начертание, буквенный текст; комбинированный.</p>	<p>в) графическое начертание, буквенный текст; комбинированный.</p>
	<p>6. Определите тип названия</p>	

	«Семёновская хохлома»: а) неологизм; б) географическое; в) фразеологизм.	б) географическое.
	7. Слоган – это а) рекламная фраза, в сжатом виде излагающая рекламное предложение; б) краткое изложение миссии компании; в) девиз компании.	а) рекламная фраза, в сжатом виде излагающая рекламное предложение.

Оценка результатов тестирования

Итоговая оценка по тестовым заданиям	Количество баллов
Зачтено	
Превосходно	19-21 балл
Отлично	16-18 балла
Очень хорошо	13-15 баллов
Хорошо	10-12 баллов
Удовлетворительно	7-9 баллов
Не зачтено	
Неудовлетворительно	4-6 баллов
Плохо	0-3 балла

6.6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

1. Положение «О проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в ННГУ», утверждённое приказом ректора ННГУ от 13.02.2014 г. № 55-ОД.

2. Положение о фонде оценочных средств, утверждённое приказом ректора ННГУ от 10.06.2015 г. № 247-ОД

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания представлены в УМП Петрова И.Э., Орлов А.В. Оценка сформированности компетенций. – Н. Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2015. – 49 с.

6.7. Вопросы к зачёту по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности»

Вопрос	Компетенция
1. Теория адапторства-инноваторства М. Киртона. Определение своего места в проектной команде	ОПК-5
2. Ключевые понятия менеджмента и инновационной предпринимательской деятельности («менеджмент», «новации» и «инновации», «предпринимательство»). Функции менеджера	ОК-3

3. <u>Особенности предпринимательской деятельности в социальной сфере.</u> Ключевые компетенции предпринимателей. Классификации инноваций. Успешные предприниматели мира	ОК-3
4. <u>Бизнес-планирование.</u> Понятие «бизнес-план», его функции. Цель, разделы и этапы бизнес-планирования. Типичные ошибки при разработке бизнес-плана и их профилактика.	ОК-3
5. <u>Генерация бизнес-идей.</u> Выдвижение, формулировка идей собственного бизнеса, их оценка, выделение продукта бизнеса, определение потенциальных покупателей и ресурсов для реализации идеи	ОК-3
6. <u>Продукт и среда бизнеса.</u> Понятия «продукт», «товар», «услуга», «концепция бизнеса». Оценка ёмкости рынка. Выбор местонахождения организации. Описание продукта и среды бизнеса. Создание визуального образа продукта.	ОПК-5
7. <u>Анализ рынка продаж и конкурентной ситуации.</u> Целевой рынок своего бизнеса и его сегментация. Границы рынка и их расширение. Классификация ОК потенциальных потребителей. Принципы анализа и оценки конкурентов. Альтернативы ценовой конкуренции. Матрица Бостонской консалтинговой группы. Стратегия ценообразования.	ОПК-5
8. <u>План маркетинга.</u> Описание рынка продаж (физические и/или юридические лица), портрет конкурентов, количественный анализ конкурентных преимуществ, план маркетинга	ОПК-5
9. <u>Нейминг.</u> Понятие «нейма», способы формирования нейма, виды неймов. Сила архетипов при использовании в нейминге. Проверка эффективности нейма. Алгоритм создания нейма. Экспертная оценка нейма.	ПК-28
10. <u>Логотип и его дизайн.</u> Назначение логотипа. Виды логотипов. Способы представления логотипов. Ошибки при разработке логотипов. Алгоритм создания нейма. Экспертная оценка нейма. Создание логотипа и его экспертная оценка	ПК-28
11. <u>План продаж.</u> 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.	ОПК-5
12. <u>Производственный план.</u> Временная перспектива производственного плана. Сведения производственного плана Требования к выбору местоположения, домена, хостинг-провайдера для социального бизнеса. Преодоление	ОК-3

сезонных колебаний. Понятие «аутсорсинга». Качество сервиса в социальном бизнесе. Описание производственного цикла. Список потенциальных поставщиков и аутсорсинговых компаний для сотрудничества. Производственные затраты.	
<u>13. Организационный план. Управление персоналом</u> 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.	ОК-3
<u>14. Финансовый план. Стратегия финансирования</u> 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.	ОК-3
<u>15. Оценка рисков и их снижение</u> Понятие риска, его оценка и прогнозирование. Содержание риска. Назначение риска. Причина риска. Уровень иерархии. Характер проявления рисков. Методы снижения риска. Методы управления риском.	ОК-3
<u>16. Оценка эффективности бизнес-проекта</u> 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.	ПК-28
<u>17. Оформление и презентация бизнес-плана.</u> Титульный лист, аннотация, резюме, структура бизнес-плана. Презентация бизнес-плана	ПК-28

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Арустамов Э. А. Основы бизнеса: Учебник. М.: Дашков и К°, 2015. 232 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=512626>
2. Бланк С. Стартап: Настольная книга основателя. М.: Альпина Паблишер, 2013. 616 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520444>

3. 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:

4. 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>

5. Кузьмина 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>

6. Прохорова М.В., Белоконь О.Л. Психические детерминанты эффективной предпринимательской деятельности // Вестник Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, 2013, вып. 5. С. 396-402.

<https://elibrary.ru/item.asp?id=21061712>

7. Прохорова М.В., Терегулова А.Д. Диагностика адапторско-инноваторского когнитивного стиля // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2014, вып. 2 (1). С. 400-406.

<https://elibrary.ru/item.asp?id=21755344>

8. Стратегии управления компаниями. От теории к практической разработке и реализации: Учебное пособие / В.И. Грушенко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 336 с.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=405546>

9. Фокс Дж. Как стать сильным конкурентом: Тактики достижения рыночного преимущества. М.: Альпина Паблишерз, 2014. 170 с.

<http://znanium.com/catalog.php?item=bookinfo&book=519371>

10. 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/>

5. Каталог логотипов

<http://logobank.ru>

6. Консультант Плюс

<http://consultant.ru>

7. Молодёжный научный клуб Lobachevsky
<http://innoforum.unn.ru>
8. Нейминговое агентство "Naming.ru"
<http://naming.ru>
9. Нижегородский инновационный бизнес-инкубатор
<http://bi-clever.ru/>
10. Правительство Нижегородской области
<http://government-nnov.ru/>
11. Президент РФ
<http://kremlin.ru>
12. Росбизнесконсалтинг
<http://rbc.ru>
13. Справочная система «Весь город»
<http://all-gorod.ru>
14. Справочник организаций с картой города «2 ГИС»
<http://2gis.ru>
15. Студенческий бизнес-инкубатор ННГУ «Интуиция»
<http://www.sbi.unn.ru/>
16. ФГУП «Стандартинформ»
<http://www.standards.ru>
17. Федеральная налоговая служба
<http://nalog.ru>
18. Федеральная служба государственной статистики
<http://gks.ru>
19. Banki.ru. Информационный портал
<http://banki.ru>
20. I-Generation
<http://i-generation.unn.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе преподавания дисциплины «Психодиагностика в организациях» требуется учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, оснащенные стационарным или переносным мультимедийным комплексом, групповых и индивидуальных консультаций, помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную образовательную среду.

8.1. Программное обеспечение

Для работы с текстами – Microsoft Word, для подготовки презентаций – Microsoft PowerPoint (Office Pro Plus 2013 RUS OLP NLAc dmc (код лицензии 62459079, бессрочно, дата начала использования 25.09.2013; WinPro 8 RUS Upgrd OLP Ac dmc (код лицензии 62459079, бессрочно, дата начала использования 25.09.2013).

Программа составлена в соответствии с требованиями Образовательного стандарта ННГУ по направлению 38.03.03 «Управление персоналом», профиль «Управление и развитие персонала организации»

Автор: Прохорова М.В., к.психол.н.

Рецензент: Вакуленко Р.Я., д.э.н.

Заведующий кафедрой психологии управления ФСН ННГУ Захарова Л.Н., д.психол.н. , проф.

Программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии ФСН от 07.04.2020 года, протокол № 7.

Приложение 1

Карты компетенций, в формировании которых участвует дисциплина

ОК 3: Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПЕТЕНЦИИ

Тип КОМПЕТЕНЦИИ:

Профессиональная компетенция выпускника программы бакалавриата.

ПОРОГОВЫЙ (ВХОДНОЙ) УРОВЕНЬ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ТРЕБУЕМЫЙ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Для того чтобы формирование данной компетенции было возможно, обучающийся, приступивший к освоению программы бакалавриата, должен научиться выявлять, оценивать и характеризовать;

ЗНАТЬ:основные экономические теории и теории управления;

УМЕТЬ: применять теоретические знания при планировании и организации эмпирического исследования;

ВЛАДЕТЬ: навыками ведения деловой переписки и делопроизводства; навыками использования информационных технологий (уметь выполнять поисковые запросы, разрабатывать документы и презентации);

МОТИВАЦИЯ: готовность к получению новых знаний, формированию новых навыков и умений.

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения						
	1	2	3	4	5	6	7
Знать	Отсутствуют знания ключевых понятий менеджмента, функций и компетенций менеджера и предпринимателя, типов организационных структур, типов организационно-правовой собственности, наиболее часто используемых видов налогообложения, методов снижения рисков	Может воспроизвести два-три ключевых понятий менеджмента, указать две-три компетенции менеджера и предпринимателя, не ориентируется в типах организационных структур, типах организационно-правовой собственности, не знает виды налогообложения и методы снижения риска	Может воспроизвести ключевые понятия менеджмента, назвать основные компетенции менеджера и предпринимателя, не ориентируется в типах организационных структур, типах организационно-правовой собственности, не знает виды налогообложения и методы снижения риска	Может воспроизвести ключевые понятия менеджмента, назвать основные компетенции менеджера и предпринимателя, ориентируется в типах организационных структур, типах организационно-правовой собственности, не знает виды налогообложения и методы снижения риска	Обладает полными знаниями ключевых понятий менеджмента, функций и компетенций менеджера и предпринимателя; типов организационных структур; типов организационно-правовой собственности; наиболее часто используемых видов налогообложения; методов снижения рисков.	Сформированы чёткие и структурированные знания ключевых понятий менеджмента, функций и компетенций менеджера и предпринимателя; типов организационных структур; типов организационно-правовой собственности; наиболее часто используемых видов налогообложения; методов снижения рисков.	Расширяет имеющиеся определения ключевых понятий менеджмента, функций и компетенций менеджера и предпринимателя; предлагает новые типы организационных структур; типы организационно-правовой собственности; виды налогообложения; методы снижения рисков.
Уметь	Не может рассчитывать и предотвращать риски в разных сферах жизнедеятельности	С ошибками рассчитывает риски в любой сфере жизнедеятельности, не может найти способы их предотвращения.	Может рассчитать риски в разных сферах жизнедеятельности и с небольшими ошибками, не предлагает способы их	Может рассчитать риски в разных сферах жизнедеятельности, предложить способы предотвращения отдельных рисков.	Может рассчитать риски в разных сферах жизнедеятельности, предлагает основные способы предотвращения рисков.	Чётко и точно рассчитывает риски в разных сферах жизнедеятельности, предлагает различные способы предотвращения рисков.	Чётко и точно рассчитывает риски в разных сферах жизнедеятельности, предлагает традиционные и новые способы

	и.		предотвращения.				предотвращения рисков.
Владеть	Не владеет навыками выбора организационной структуры и разработки графика реализации проекта; навыками производственного планирования.	Ориентируется в основных типах организационных структур.	Может выбрать для реализации проекта тот или иной тип организационной структуры.	Может выбрать тот или иной тип организационной структуры для реализации проекта и обосновать свой выбор, разработать ориентировочный график проекта.	Уверенно определяет нужный для проекта тип организационной структуры, разрабатывает график проекта с допущениями.	Уверенно определяет и обосновывает нужный для проекта тип организационной структуры, составляет точный график реализации проекта, обладает ключевыми навыками производственного планирования.	Предлагает и обосновывает основные и дополнительные варианты типа организационной структуры проекта, графиков реализации проекта с учётом пессимистического, реалистического, оптимистического сценариев, обладает широким спектром навыков производственного планирования.
Мотивация	Нет готовности применять экономические знания при анализе функционирования различных сфер жизнедеятельности; нет осознания предпринимательской деятельности как одного из возможных путей профессиональной самореализации.	Слабо выражена готовность применять экономические знания при анализе функционирования различных сфер жизнедеятельности; слабо осознаёт предпринимательскую деятельность как один из возможных путей профессиональной самореализации.	Готов применять экономические знания при анализе функционирования различных сфер жизнедеятельности.	Проявляет интерес к применению экономических знаний при анализе функционирования различных сфер жизнедеятельности.	Проявляет интерес к применению экономических знаний при анализе функционирования различных сфер жизнедеятельности; готов рассматривать предпринимательскую деятельность как один из возможных путей самореализации.	Проявляет интерес к применению экономических знаний при анализе функционирования различных сфер жизнедеятельности; выражено осознание предпринимательской деятельности как один из возможных путей самореализации.	Проявляет высокий уровень интереса к применению экономических знаний при анализе функционирования различных сфер жизнедеятельности; рассматривает предпринимательскую деятельность как своё призвание

ОПК-5 Способность анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПЕТЕНЦИИ

Тип КОМПЕТЕНЦИИ:

Профессиональная компетенция выпускника программы бакалавриата.

ПОРОГОВЫЙ (ВХОДНОЙ) УРОВЕНЬ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ТРЕБУЕМЫЙ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Для того чтобы формирование данной компетенции было возможно, обучающийся, приступивший к освоению программы бакалавриата, должен изучить ключевые понятия инновационного менеджмента, инновационной программы менеджера, государственной инновационной политики, организационных форм инновационной деятельности, инновационной стратегии; сформировать и развить понимание необходимости, целесообразности и возможности построения и ведения инновационной экономики в России; изучить основы государственной инновационной политики, а также законодательные акты и методы поддержки инноваций.

ЗНАТЬ: ключевые теории организации и основы менеджмента;

УМЕТЬ: планировать и организовывать простое эмпирическое исследование;

ВЛАДЕТЬ: навыками использования информационных и коммуникационных технологий в деятельности менеджера по персоналу;

МОТИВАЦИЯ: готовность общаться и взаимодействовать с другими членами коллектива.

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения						
	1	2	3	4	5	6	7
Знать	Не знает основные принципы анализа и оценки конкурентов; теории адапторства-инноваторства М. Киртона.	Владеет общей информацией об основных принципах анализа и оценки конкурентов.	Владеет общей информацией об основных принципах анализа и оценки конкурентов, теории адапторства-инноваторства М. Киртона	Может определить основные принципы анализа и оценки конкурентов, положения теории адапторства-инноваторства М. Киртона	Чётко определяет основные принципы анализа и оценки конкурентов, положения теории адапторства-инноваторства М.Киртона	Может дать чёткие и развёрнутые определения принципов анализа и оценки конкурентов, положений теорий адапторства-инноваторства М. Киртона	Знает имеющиеся и предлагает новые принципы анализа и оценки конкурентов; знает и развивает основные положения теории адапторства-инноваторства М.Киртона
Уметь	Не умеет оценивать свой адапторско-инноваторский когнитивный стиль и определять своё место в проектной команде, формировать проектные команды.	Нуждается в поддержке при проведении самооценки адапторско-инноваторского когнитивного стиля, не способен самостоятельно определить своё место в проектной команде и формировать проектные команды.	Может провести самооценку адапторско-инноваторского когнитивного стиля, может предложить свою роль в проектной команде, не способен формировать проектные команды.	Может провести самооценку адапторско-инноваторского когнитивного стиля, может определить свою роль в проектной команде, не способен формировать проектные команды.	Может провести самооценку адапторско-инноваторского когнитивного стиля, определить свою роль в проектной команде, обозначить роли других членов проектной команды.	Точно и чётко оценивает свой адапторско-инноваторский когнитивный стиль и определяет на этом основании свою роль в проектной команде, может собрать проектную команду.	Точно и чётко оценивает свой адапторско-инноваторский когнитивный стиль и определяет на этом основании свою роль в проектной команде, создаёт проектную команду, чётко видит место каждого члена команды, становится лидером, ведущим за собой других к достижению общей

							цели.
Владеть	Не владеет навыками сбора информации о продукте (услуге) и создания его (её) описания; навыками сбора информации о конкурентах и их анализе; навыками разработки плана маркетинга и продаж.	На основании чёткой и однозначной инструкции может собрать незначительную часть информации о продукте (услуге).	На основании чёткой и развёрнутой однозначной инструкции может собрать незначительную часть информации о продукте (услуге) и сформулировать краткое его (её) описание.	Может собрать необходимую информацию о продукте (услуге) и создать его (её) описание, собрать информацию о конкурентах, выявить их конкурентных преимущества.	Собирает необходимую информацию о продукте (услуге) и описывает его (её), собирает информацию о конкурентах и проводит их анализ, может подготовить ориентировочный план маркетинга и продаж.	Собирает полную и развёрнутую информацию о продукте (услуге) и точно и полно описывает его (её), собирает необходимую информацию о конкурентах и проводит их анализ, разрабатывает план маркетинга и продаж.	Используя группу методов, собирает полную и развёрнутую информацию о продукте (услуге), точно и полно описывает его (её), собирает из надёжных источников полную и развёрнутую информацию о конкурентах и проводит их анализ, разрабатывает несколько вариантов плана маркетинга и продаж с учётом конкурентной ситуации.
Мотивация	Отсутствует готовность к любой аналитической работе.	Отсутствует готовность к аналитической работе в контексте целей и задач организации.	Слабо выражена готовность к аналитической работе в контексте целей и задач организации.	Имеется готовность выполнять небольшие аналитические задания в контексте целей и задач организации.	Обладает готовностью выполнять аналитическую работу в контексте целей и задач организации.	Обладает высокой готовностью выполнять аналитическую работу в контексте целей и задач организации.	Обладает очень высоким уровнем готовности выполнять аналитическую работу в контексте целей и задач организации, берёт на себя дополнительную работу.

ПК-28 Знание корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владение навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПЕТЕНЦИИ

Тип КОМПЕТЕНЦИИ:

Профессиональная компетенция выпускника программы бакалавриата.

ПОРОГОВЫЙ (ВХОДНОЙ) УРОВЕНЬ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ТРЕБУЕМЫЙ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Для того чтобы формирование данной компетенции было возможно, обучающийся, приступивший к освоению программы бакалавриата, должен научиться выявлять, оценивать и характеризовать инновации; сформировать мотивации на поиск новых, нестандартных путей рассмотрения и решения проблем, а также поддержание творческой атмосферы в организациях посредством использования психологических инструментов; освоить технологии преодоления сопротивления инновациям; уметь искать и находить ресурсы для поддержки инноваций;

ЗНАТЬ: основы экономической теории и общего менеджмента;

УМЕТЬ: находить и использовать онлайн конструкторы, шаблоны;

ВЛАДЕТЬ: навыками работы в текстовых редакторах, создания презентаций;

МОТИВАЦИЯ: готовность к творческой и созидательной деятельности, социальная ответственность.

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенци й)	Критерии оценивания результатов обучения						
	1	2	3	4	5	6	7
Знать	Не владеет информацией о ключевых понятиях, видах, этапах и типичных ошибках бизнес-планирования.	Имеет общее представление о ключевых понятиях бизнес-планирования, его видах, этапах и типичных ошибках.	Может раскрыть смысл ключевых понятий бизнес-планирования, назвать с ошибками или пропусками виды и этапы бизнес-планирования.	Может раскрыть смысл ключевых понятий бизнес-планирования, назвать основные виды бизнес-планирования, указать его этапы, имеет общее представление об ошибках в разработке бизнес-плана.	Точно раскрывает смысл ключевых определений бизнес-планирования, раскрывает классификацию видов планирования, знает этапы и основные ошибки бизнес-планирования.	Приводит полные и развёрнутые определения ключевых понятий бизнес-планирования, точно указывает виды, этапы и ошибки бизнес-планирования.	Приводит несколько вариантов полных и развёрнутых определений ключевых понятий бизнес-планирования, классификаций бизнес-планов, указывает этапы бизнес-планирования, знает ошибки в бизнес-планировании и предлагает методы их профилактики и устранения.
Уметь	Не может разработать нейм и логотип; оценить эффективность	Может предложить один-два варианта наименования проекта, найти в	Может предложить один-два варианта наименования проекта,	Предлагает наименования организации, подбирает логотипы в онлайн	Предлагает варианты неймов и логотипов бизнес-проекта с учётом его	Предлагает и самостоятельно разрабатывает неймы и логотипы бизнес-проекта,	Предлагает и разрабатывает уникальные и оригинальные неймы и логотипы

	бизнес-проекта.	Интернете онлайн конструкторы по разработке логотипов, не готов оценить эффективность бизнес-проекта.	подобрать логотип в онлайн конструкторы по разработке логотипов, не готов оценить эффективность бизнес-проекта	конструкторе, может произвести оценку бизнес-проекта по одному-двум показателям	содержания, проводит оценку бизнес-проекта по основным экономическим показателям	проводит его оценку по комплексу экономических показателей	бизнес-проекта, может провести его комплексную оценку и найти пути повышения его эффективности
Владеть	Не владеет навыками оформления бизнес-плана и проведения его презентации.	Может оформить отдельные этапы бизнес-плана.	Может оформить бизнес-план по предложенному шаблону, однако во вновь созданном варианте бизнес-плане могут быть ошибки и пропуски.	Может провести оформление бизнес-плана по предложенному шаблону с небольшими ошибками, редкими пропусками, может рассказать о бизнес-проекте.	Оформляет бизнес-план, чётко следуя заданным шаблонам, проводит презентацию бизнес-проекта по заявленному плану, отвечает на большинство вопросов экспертов.	Может оформить бизнес-план в разных форматах, провести презентацию с учётом заданных установленных регламентов и ответить на все вопросы экспертов.	Может оформить бизнес-план в разных форматах, провести презентацию с учётом поставленных целей, целевой аудитории, регламентов, уверенно и точно отвечает на вопросы экспертов.
Мотивация	готовность генерировать бизнес-идеи, создавать бизнес-проекты, полезные для общества.	Отсутствует стремление к рассмотрению проблемы с разных сторон и поиску новых решений	Готов поддержать идеи новых бизнес-проектов и принять участие в их создании.	Готов предлагать и поддерживать идеи нового бизнес-проекта, участвует в создании бизнес-проектов, полезных для общества.	Готов предлагать идеи для нового бизнес-проекта, создавать бизнес-проекты, полезные для общества.	С радостью ищет новые идеи бизнеса, поддерживает замыслы о создании бизнес-проектов, в которых играет активную роль.	Постоянно выдвигает новые идеи, предлагает новые бизнес-проекты, полезные для общества; готов и открыт для восприятия чужих идей; помогает другим командам в поиске направления деятельности.

В результате освоения дисциплины студент должен

знать:

- ключевые понятия менеджмента, функции и компетенции менеджера и предпринимателя;
- этапы и типичные ошибки бизнес-планирования;
- типы организационных структур;
- типы организационно-правовой собственности;
- наиболее часто используемые виды налогообложения;
- методы снижения рисков;
- принципы анализа и оценки конкурентов;
- теории адапторства-инноваторства М. Киртона;

уметь:

- оценить свой адапторско-инноваторский когнитивный стиль и определить своё место в проектной команде;
- формировать проектные команды;
- разработать нейм и логотип;
- рассчитывать и предотвращать риски в любой сфере жизнедеятельности;
- оценить эффективность бизнес-проекта;
- рассчитывать и предотвращать риски в любой сфере жизнедеятельности.

владеть:

- навыками сбора информации о продукте (услуге) и создания его (её) описания;
- навыками сбора информации о конкурентах и их анализе;
- навыками разработки плана маркетинга и продаж
- навыками выбора организационной структуры и разработки графика реализации проекта;
- навыками производственного планирования;
- навыками оформления бизнес-плана и проведения его презентации.

обладать мотивацией:

- готовность генерировать идеи;
- готовность к аналитической работе в контексте целей и задач своей организации.
- готовность создавать бизнес-проекты, полезные для общества;
- готовность применять экономические знания при анализе функционирования различных сфер жизнедеятельности;
- осознание предпринимательской деятельности как одного из возможных путей профессиональной самореализации.