

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Основы предпринимательской деятельности

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

Форма обучения

очная, заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина ФТД.01 Основы предпринимательской деятельности является факультативом в образовательной программе.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<p>УК-2.1: Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы</p> <p>УК-2.2: Умеет определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности.</p> <p>УК-2.1: Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы</p> <p>УК-2.2: Умеет определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности.</p>	<p>УК-2.1: Знать основные понятия предпринимательской деятельности и нормативно-правовые акты, регулирующие предпринимательскую деятельность. Уметь анализировать рыночную конъюнктуру и оценивать ее влияние на организацию. Владеть навыками принятия управленческого решения на основе анализа рыночной ситуации.</p> <p>УК-2.2: Знать технологии планирования, разработки и реализации проектов исходя из имеющихся ресурсов. Уметь определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность, исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности. Владеть навыками применения нормативной базы и решения поставленных задач</p>	<p>Задачи</p> <p>Тест</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		<p>в области избранных видов профессиональной деятельности.</p> <p>УК-2.1: Знать основные понятия предпринимательской деятельности и нормативно-правовые акты, регулирующие предпринимательскую деятельность.</p> <p>Уметь анализировать рыночную конъюнктуру и оценивать ее влияние на организацию.</p> <p>Владеть навыками принятия управленческого решения на основе анализа рыночной ситуации.</p> <p>УК-2.2: Знать технологии планирования, разработки и реализации проектов исходя из имеющихся ресурсов.</p> <p>Уметь определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность, исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть навыками применения нормативной базы и решения поставленных задач в области избранных видов профессиональной деятельности.</p>		
ПК-1: Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия	ПК-1.1: Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с	<p>ПК-1.1: Знает интерес субъектов бизнеса, предпринимательскую среду, информационные ресурсы инфраструктуры бизнеса.</p> <p>Умеет участвовать в организационно-управленческих процессах в</p>	Задачи Проект Тест	Зачёт: Контрольные вопросы

	<p>общественностью</p> <p>ПК-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-1.3: Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>ПК-1.1: Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ПК-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-1.3: Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>бизнес-структурах, международных организациях, средствах массовой информации</p> <p>Владеет навыками подготовки предпринимательского проекта.</p> <p>ПК-1.2:</p> <p>Знать основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности знания о теоретических и практических аспектах планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Владеть практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>ПК-1.3:</p> <p>Знать основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе специфику организационно-управленческой работы с малыми коллективами; теоретические аспекты формирования внешней и внутренней коммуникации организации</p> <p>Уметь применять на практике основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе связанные со спецификой организационно-управленческой работы с</p>		
--	--	--	--	--

		<p>малыми коллективами; использовать в практической деятельности знания о специфике формирования и функционирования внешней и внутренней коммуникации организации</p> <p>Владеть навыками практической деятельности, связанной с организационно-управленческой работой с малыми коллективами; непосредственного участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.</p> <p>ПК-1.1: Знает интерес субъектов бизнеса, предпринимательскую среду, информационные ресурсы инфраструктуры бизнеса. Умеет участвовать в организационно-управленческих процессах в бизнес-структурах, международных организациях, средствах массовой информации</p> <p>Владеет навыками подготовки предпринимательского проекта.</p> <p>ПК-1.2: Знать основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий. Уметь использовать в практической деятельности знания о теоретических и практических аспектах планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий. Владеть практическими</p>		
--	--	---	--	--

		<p>навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>ПК-1.3: Знать основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе специфику организационно-управленческой работы с малыми коллективами; теоретические аспекты формирования внешней и внутренней коммуникации организации</p> <p>Уметь применять на практике основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе связанные со спецификой организационно-управленческой работы с малыми коллективами; использовать в практической деятельности знания о специфике формирования и функционирования внешней и внутренней коммуникации организации</p> <p>Владеть навыками практической деятельности, связанной с организационно-управленческой работой с малыми коллективами; непосредственного участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.</p>		
ПК-2: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов	ПК-2.1: Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта)	ПК-2.1: Знать теоретические основы коммуникационной работы организации (проекта).	Задачи Проект Тест	Зачёт: Контрольные вопросы

и мероприятий	<p>ПК-2.2: Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПК-2.1: Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта)</p> <p>ПК-2.2: Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>Уметь анализировать коммуникационные аспекты работы организации (проекта).</p> <p>Владеть навыками анализа коммуникационных аспектов работы организации (проекта).</p> <p>ПК-2.2:</p> <p>Знает основы планирования, методологию написания бизнес-плана в соответствии с определенными целями.</p> <p>Уметь применять полученные знания для анализа исходных данных для оценки бизнес-идеи и написания бизнес-плана.</p> <p>Владеет навыками презентации идеи предпринимательского проекта.</p> <p>ПК-2.1:</p> <p>Знать теоретические основы коммуникационной работы организации (проекта).</p> <p>Уметь анализировать коммуникационные аспекты работы организации (проекта).</p> <p>Владеть навыками анализа коммуникационных аспектов работы организации (проекта).</p> <p>ПК-2.2:</p> <p>Знает основы планирования, методологию написания бизнес-плана в соответствии с определенными целями.</p> <p>Уметь применять полученные знания для анализа исходных данных для оценки бизнес-идеи и написания бизнес-плана.</p> <p>Владеет навыками презентации идеи предпринимательского проекта.</p>		
---------------	--	---	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	1	1
Часов по учебному плану	36	36
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	28	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	0	2
- КСР	1	1
самостоятельная работа	7	25
Промежуточная аттестация	0 Зачёт	4 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего			
	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0
Тема 1.Понятие и типология предпринимательства.	2	3	2	1			2	1		2
Тема 2. Объекты и субъекты бизнеса. Виды и организационно - правовые формы коммерческих организаций. Государственная регистрация компании. Формы реорганизации и ликвидации (банкротство) компании.	2	2	2				2	0		2
Тема 3. Система построения бизнес-процессов хозяйствующих субъектов на основе договорных отношений.	2	2	2				2	0		2
Тема 4. Понятие и функции предпринимательской среды.	2	2	2				2	0		2
Тема 5. Государственная поддержка предпринимательства. Система мероприятий, предусмотренная законопроектами по поддержке и развитию малого и среднего предпринимательства.	4	3	4	1			4	1		2
Тема 6. Финансирование предпринимательской деятельности.	6	6	4	1		1	4	2	2	4
Тема 7. Анализ и выбор методики написания бизнес-плана по целевому принципу. Международные методики.	5	3	4	1			4	1	1	2
Тема 8. Налогообложение бизнеса.	2	5	2				2	0		5
Тема 9.Основные характеристики рынка. Оценка конкурентной ситуации.	6	3	4			1	4	1	2	2

Тема 10. Разработка бизнес-модели предпринимательского проекта	4	2	2				2	0	2	2
Аттестация	0	4								
КСР	1	1					1	1		
Итого	36	36	28	4	0	2	29	7	7	25

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Понятие и типология предпринимательства.

Краткий исторический обзор понятия «предприниматель». Портфель предпринимательского мышления. Этапы становления предпринимательской деятельности в РФ с начала формирования рыночных отношений по настоящее время.

Анализ различных подходов в теории предпринимательства относительно установления признаков классификации. Основные качественные и количественные признаки: форма собственности, законность существования, охват территории, масштаб территориального распространения, состав учредителей, численность персонала, объем оборота, темп роста и прибыльность, уровень внедрения и использования нововведений и др.

Тема 2. Объекты и субъекты бизнеса. Виды и организационно - правовые формы коммерческих организаций. Государственная регистрация компании. Формы реорганизации и ликвидации (банкротство) компании.

Индивидуальные предприниматели и юридические лица. Формы собственности. Организационно - правовые формы коммерческих организаций. Общая характеристика, их преимущества и недостатки, возможности и ограничения с точки зрения современного этапа развития.

Процедура государственной регистрации индивидуального предпринимателя. Регистрация юридического лица на примере ООО. Пошаговый алгоритм. Формирование пакета документов. Возможности формирования уставного капитала. Открытие временного и расчетного банковских счетов. Оформление лицензий на право осуществления отдельных видов деятельности.

Цели и формы реструктуризации: производства, активов предприятия, финансовая, реорганизация.

Механизмы. Виды реорганизации: направленная на укрупнение предприятия (слияние и присоединение); на дробление предприятия (разделение и выделение) и реорганизация без изменения размеров предприятия (преобразование).

Ликвидация предприятия: добровольно в порядке, установленном в ГК РФ; по решению суда при несостоятельности или нарушении законодательства. Оценка потенциальной несостоятельности фирмы. Процедура банкротства.

Тема 3. Система построения бизнес-процессов хозяйствующих субъектов на основе договорных отношений.

Основные формы предпринимательского сотрудничества. Значение договора в создании взаимовыгодных условий ведения предпринимательской деятельности. Цели и задачи. Классификация договоров. Примерная структура договора. Преддоговорные споры. Прекращение договорных обязательств. Рассмотрение основных видов договоров для ведения предпринимательской деятельности

Тема 4. Понятие и функции предпринимательской среды.

Основные элементы инфраструктуры бизнеса: производственная, рыночная, финансовая, информационная. Краткая характеристика различных структур поддержки российского предпринимательства. Система мероприятий, предусмотренная законопроектными, нормативно-правовыми актами, налоговым законодательством по поддержке и развитию малого среднего предпринимательства и становления социально-ориентированной рыночной экономики.

Тема 5. Государственная поддержка предпринимательства. Система мероприятий, предусмотренная законопроектными по поддержке и развитию малого и среднего предпринимательства.

Инфраструктура поддержки стартапов в России: Фонд содействия развитию малых форм предприятий в

научно-технической сфере, Конкурс «Бизнес инновационных технологий», Российская венчурная компания, Фонд развития интернет-инициатив, акселераторы (бизнес-инкубаторы, технопарки, бизнес-акселераторы).

Преференции для малых предприятий в России, социального предпринимательства.

Тема 6. Финансирование предпринимательской деятельности.

Внутренние источники финансирования предприятия (чистая прибыль, амортизационные отчисления, реализация или сдача в аренду неиспользуемых активов).

Привлеченные средства (инвестиции). Заемные средства (кредит, лизинг, векселя). Смешанное (комплексное, комбинированное) финансирование.

Понятие дисконтирования. Подходы к определению нормы дисконта. Расчет показателей экономической эффективности проекта: NPV, PI, IRR, DPP. Понятие и виды рисков. Методы оценки риска в предпринимательской деятельности.

Тема 7. Анализ и выбор методики написания бизнес-плана по целевому принципу. Международные методики.

Анализ целей написания бизнес-плана. Технология процесса и состав участников. Изучение и использование международного опыта. Методики составления бизнес-плана, рекомендованные UNIDO (The United Nations Industrial Development Organization или «Организация объединенных наций по промышленному развитию»); Европейским Банком Реконструкции и Развития (ЕБРР), KPMG и др. Анализ различий в методологических подходах.

Тема 8. Налогообложение бизнеса.

Понятие налога. Виды налогов. Системы налогообложения. Налоговое законодательство РФ.

Тема 9. Основные характеристики рынка. Оценка конкурентной ситуации.

Основные характеристики рынка как многофакторного объекта: изменчивость, саморегулируемость, конкуренция, экономическая свобода, масштабность, емкость. Виды конкуренции. Инструменты анализа рынка и конкуренции. Оценка и расчет конкурентоспособности компании на рынке.

Тема 10. Разработка бизнес-модели предприятия.

Понятие бизнес-модели. Понятие конкурентного преимущества. Виды конкурентных преимуществ.

Построение бизнес-модели.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс ""Основы предпринимательской деятельности""

(<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4879>).

- открытый онлайн-курс МООС "Трек "Малый бизнес"" (<https://i-generation.unn.ru/#/>).

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Задачи) для оценки сформированности компетенции УК-2:

Задача 1. Компания «Х» планирует диверсифицировать свою деятельность и вывести на рынок новый

продукт - мороженое. При этом рассматриваются два региона, в которых компания уже работает и имеет налаженные связи с дистрибьюторами. Данные о распределении долей конкурентов на этих рынках представлены в таблице. Используя индекс Херфиндаля Хиршмана (HHI) выберем наиболее перспективный регион

Конкурент	Рыночная доля на рынке региона 1	Рыночная доля на рынке региона 2
A	25%	23%
B	10%	20%
C	15%	27%
D	20%	30%
E	30%	----

Задача 2. Проведите однофакторный ABC-анализ товарного ассортимента интернет – магазина на основе следующих данных за год:

Товар	Объем продаж, тыс.руб.	Товар	Объем продаж тыс.руб.
Книги	345	Часы мужские	215
Журналы	27	Часы женские	70
Сувениры	459	Аксессуары	5
Зонты	99	Карты (атлас)	12
Открытки	67	Флэшки	150
Цветы	343	Компьютерные диски	18
Бижутерия	1005	Канцелярские принадлежности	55

Решение проведите в таблице:

Товар	Объем продаж, тыс.руб		

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Задачи) для оценки сформированности компетенции ПК-1:

Задача 1. Рыжий мандарин.

В 2009 "Рыжий мандарин" был мелкой посреднической фирмой по приему заказов на рекламные листовки в городе Йошкар-Ола. После смены собственников компания наладила свое собственное производство наружной рекламы. Фирма предлагала следующие услуги: производство транспарантов-вывесок, перетяжек, указателей и офисных табличек, а также сдача в аренду мест для размещения рекламы. На местном рынке "Рыжий мандарин" столкнулся с жесткой конкуренцией, но смог застолбить за собой весьма привлекательную и почти незанятую нишу - производство перетяжек и брендмауэров (больших настенных рекламных фотопанно).

Благодаря грамотной рыночной политике всего за полтора года "Рыжий мандарин" сумел войти в пятерку крупнейших производителей наружной рекламы республики Марий Эл. Следующим витком запланированного развития стала экспансия на столичный рынок. В 2011 году был открыт московский филиал. По расчетам руководства, низкие цены на услуги должны были стать ключевым фактором завоевания столичного потребителя. Однако москвичи встретили малоизвестного игрока с демпинговыми ценами с подозрением. Экстренное решение поднять цены только ухудшило положение региональной фирмы.

В настоящее время "Рыжий мандарин" развивает в Москве как основной вид бизнеса рекламу на перетяжках и брендмауэрных панно. В рекламе своих услуг фирма анонсирует привычные для рынка цены, снижая их только за счет так называемых welcome-скидок - специального предложения для интересных клиентов. "Рыжий мандарин" не спешит выходить на конечного потребителя, предпочитая вначале наладить сотрудничество с рекламными компаниями, которые не имеют в Москве собственных производственных мощностей. Он пытается завязать партнерские отношения и с владельцами известных торговых марок, еще не сотрудничающих с сетевыми рекламными агентствами. Таким клиентам "Рыжий мандарин" предлагает услуги по размещению рекламы на региональном рынке, где цены отличаются от московских в десятки раз. Но поскольку реклама в регионах еще не так привлекательна, как в столице, подобные предложения зачастую остаются невостребованными. Какой же стратегии лучше придерживаться "Рыжему мандарину"? Обоснуйте свой выбор, используя вторичную информацию по исследованиям рынка, конкурентному анализу, темпу роста отрасли, целевым сегментам.

Задание 2. Составьте финансовый план, используя таблицу А и представьте расчеты инвестору. Рассчитайте доходность бизнеса, срок его окупаемости, величину требуемых средств для запуска проекта, используя следующие данные.

Магазин «Промыслы», предлагающий изделия народных промыслов, расположен на главной улице города Н. Новгорода и занимает 6 кв. метра площади. В этом магазине работает один сотрудник – продавец – консультант. Она работает 8 часовой рабочий день, пять дней в неделю.

Реклама магазину не требуется – так как магазин расположен на главной улице города. Это - удачно выбранное место с большим потоком потенциальных клиентов мимо магазина.

Предположим, что на главной улице города в среднем во время работы магазина «Промыслы» мимо него по улице проходит 1 человек в минуту. А из всех проходящих людей только половина клиентов в силу обстоятельств увидят магазин, а подойдут и совершат покупку только 10 %. Эксперты подсчитали, что средняя сумма покупки сувениров в чеке для одного клиента составляет 500 рублей.

Для рынка сувениров считаем, что стоимость самих сувениров (себестоимость проданных товаров в месяц), закупаемых на базе, не превышает 40% от величины получаемых доходов за месяц. Ежемесячная аренда торгового места составляет 20000 руб. и включает расходы на свет, охрана, уборка, тепло. Ежемесячная заработная плата с налогом на доходы физических лиц, выплачиваемая продавцу – консультанту составляет 20000 рублей. Организация применяет специальный режим налогообложения, и уплачивает единый налог по ставке 6% от величины дохода.

Первоначальные средства, требуемые для открытия магазина «Промыслы», включили в себя следующие составляющие:

1. Витрины для выкладки сувениров, 2 штуку – 20000 руб.
2. Ларь- магазина – 70 000 руб.
3. Стул для продавца –консультанта на точке – 400 руб.
4. Подарочные упаковки, канцтовары– 5000 руб.
5. Закупка сувениров на 1 месяц работы – 45000 руб.
6. Доставка сувениров от базы в магазин – 2600 руб.
7. Приобретение кассового аппарата – 30000 руб.

Таблица А

Финансовый план магазина «Промыслы»

Кварталы	1	2	3	4	Итого
Доходы (выручка), тыс. руб.					
Средняя цена продукта, тыс.руб.					
Количество продукта					
Расходы всего, в т.ч.:					
Себестоимость продукта, тыс. руб.					
Зарботная плата персонала (с учётом налогов на заработную плату), тыс. руб.					
Страховые взносы во внебюджетные фонды, тыс. руб.					
Оборудование, тыс. руб.					
Расходы на рекламу, тыс. руб.					
Аренда, тыс. руб.					

Другие виды расходы (заполните далее самостоятельно при необходимости)					
Общая SUM налогов (6% *Итого Доходов), тыс. руб.					
Финансовый результат (прибыль/убыток), тыс. руб.					

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Задачи) для оценки сформированности компетенции ПК-2:

Задача 1. Формы инфраструктурной поддержки. Предпринимательская инфраструктура – это те организации (в т.ч. с государственным участием), которые помогают начинающим предпринимателям организовать свою деятельность. К таким организациям в Нижегородской области, например, относится Нижегородский Бизнес-Инкубатор CLEVER. Подробнее информации об услугах этого бизнес-инкубатора можно прочитать на официальном сайте организации: <http://bi-clever.ru/support/forms-and-types-of-support/>

В общем виде пакет услуг Бизнес-Инкубатора CLEVER включает несколько программ.

1. Программу прединкубации. Цель программы: формулирование и детализация бизнес-идеи, включая следующие этапы:
 - Помощь в подготовке бизнес-плана: составление операционного и финансового плана проекта;
 - Юридические консультации по регистрации компании, консультационные услуги;
 - Предоставление информации о потенциальных источниках финансирования;
 - Содействие в формировании команды и подборе персонала;
 - Подготовка презентации проекта.
1. Программа инкубации. Цель программы: создание функционирующего бизнеса, привлечение финансирования в проект, организация взаимодействия с потенциальными заказчиками и партнерами. Реализация этой цели предусматривает:
 - Предоставление оборудованного офиса в аренду на льготных условиях;
 - Индивидуальная работа с координатором проекта;
 - Обучение основам предпринимательской деятельности для сотрудников компании в рамках Программы (не менее 72 часов);
 - Правовое сопровождение деятельности компании (юридические услуги на бесплатных или льготных условиях);
 - Бухгалтерские услуги;
 - Содействие в поиске персонала;
 - Комплекс услуг по проведению деловых мероприятий;
 - Услуги по продвижению проектов: информирование о проведении различных выставочно-ярмарочных мероприятий как в России, так и за рубежом (участие для резидентов на безвозмездных или льготных условиях);
 - Услуги типографии (на бесплатных или льготных условиях);
 - Содействие в поиске инвесторов;
 - Содействие в преодолении административных барьеров

1. Программы субконтрактинга и аутсорсинга.

Малые инновационные и производственные компании, воспользовавшись информационным ресурсом Центра, смогут найти для себя выгодные заказы. Крупные же промышленные предприятия региона получают возможность привлекать на субподряд надежные и проверенные нижегородские фирмы.

1. Разбейте вышеперечисленные услуги по следующей системе классификации (см. табл. 6.2), а также оцените по 5-балльной шкале объемы предоставляемых услуг (исходя из текстового описания).

Таблица В

Классификация услуг Бизнес-Инкубатора CLEVER

Тип классификации	Кол-во услуг (много/мало, по шкале от 1 до 5)	Каких услуг не хватает	Какие услуги представляют наибольший интерес
1. Информационная поддержка			
1. Коучерская поддержка			
1. Услуги, предоставляемые на льготных условиях			
1. Образовательные услуги			
1. Иные виды услуг			

Задача 2. Туроператор «Мечта» входит в число пяти крупнейших туроператоров России, которые специализируются на детском отдыхе. Компания разрабатывает маршруты и программы, заключает договоры с отелями, транспортными и принимающими компаниями, обеспечивает сопровождение групп. Готовый продукт «Мечта» продает через агентскую сеть — около 1000 турагентств по всей России, работающих за комиссионные.

Программы детского отдыха приносят компании около 70% оборота (в 2010 году выручка «Мечта» составила 118 млн руб.). Основные объемы продаж в этом бизнесе приходятся на лето. В осенние, весенние, новогодние каникулы, а также на майские праздники спросом пользуются детские экскурсионные туры, но количество групп несравнимо меньше, чем летом (15% зимой против 85% летом).

В детском туризме принципиальное значение имеют опыт, репутация, отношения с партнерами. «Мечта» занимается детским отдыхом около 15 лет. Компания предлагает клиентам широкий ассортимент программ — лагеря в Турции, Болгарии, Словакии, Венгрии и Греции, языковые курсы на Мальте. Помимо зарубежного отдыха «Мечта» организует программы в Краснодарском крае, Крыму и Подмосковье. Иностранные туры составляют примерно 70% продаж, российские — около 30%. На данный момент зарубежные предложения в большинстве своем выигрывают по соотношению цена—качество.

В 2012 году компания отправила в детские оздоровительные лагеря почти 6,5 тыс. детей. Руководство компании считает, что динамика развития бизнес-сегмента — детский отдых — положительная, а вероятность, что кто-то сможет

потеснить лидеров, невелика. Многие крупные туроператоры рассматривают детский отдых скорее как второстепенный продукт, он нужен им лишь для увеличения загрузки чартерных рейсов. К тому же организовывать детские туры — дело более хлопотное и нервное, чем для взрослых. Люди иногда удивляются, почему отдых ребенка обходится дороже, чем путевка взрослого. Но дело в том, что на каждую детскую группу требуется больше персонала: вожатые, врачи, психологи, аниматоры. В этом случае оператор несет дополнительную юридическую и моральную ответственность, а заработать здесь можно не больше, чем на продаже обычных туров.

Летом шесть сотрудников детского отдела работают с полной отдачей. В осенние, весенние и новогодние каникулы они предлагают автобусные туры для детей. Однако в межсезонье количество экскурсионных групп значительно меньше, и сотрудники часто сидят без дела.

Предоставлять сотрудникам в межсезонье оплачиваемые отпуска было бы слишком накладно. Отправлять людей в неоплачиваемые — значит потерять команду и навредить бизнесу. Коллектив формировался долго, но сейчас в компании отличная команда, текучки практически нет. Выход — занять людей в новых направлениях.

Кроме детского отдыха «Мечта» организует автобусные туры для взрослых — этим занимаются еще четыре сотрудника. По ряду стран (Франция, Италия, Чехия, Польша) у компании хорошие предложения и большие объемы продаж. Рынок автобусного туризма также растет, и компания планирует расширять направление и предлагать поездки по Скандинавии. Однако спрос на автобусные туры не имеет сезонности, здесь загрузка равномерная, поэтому перебрасывать сюда временно свободных сотрудников детского отдела, по мнению руководства, не имеет смысла.

«Лучше всего на туристическом рынке себя чувствуют компании, которые имеют сильные позиции как по летним направлениям, так и по зимним. Оптимальное решение для «Мечта» — найти такой же массовый продукт для зимы, каким является детский отдых летом. Как вариант, можно было бы взять горнолыжные туры. Однако данный сегмент уже прочно оккупировали другие туроператоры, бороться с которыми на основных направлениях горнолыжного отдыха сложно.

Итак: туроператор «Мечта» специализируется на детском отдыхе, и основные продажи происходят в летний сезон. Однако в межсезонье персонал загружен мало. Работы можно добавить, развивая новые направления. В пользу какого из них сделать выбор?

Чем загрузить персонал детского отдела зимой, чтобы сотрудники могли вернуться к своим обязанностям летом? Развивать ли понемногу все перспективные направления или сосредоточиться на одном? Можно ли сломать стереотип турагентств, которые привыкли воспринимать «Мечту» исключительно как детского туроператора?

Критерии оценивания (оценочное средство - Задачи)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Задание выполнено в объеме решено более 50% поставленных задач.
не зачтено	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-2:

Тест 1.

1. Верно ли утверждение, что учредители ООО не отвечают по обязательствам ООО и несут риск убытков только в пределах своей доли?

- а) Да
- б) Нет
- в) в зависимости от вида деятельности

2. Для регистрации индивидуального предпринимателя необходим следующий пакет документов:

- а) заявление о регистрации по форме Р2 1001, устав, паспорт, квитанция об оплате госпошлины ;
- б) заявление о регистрации по форме Р1 1001, копию закона «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» паспорт (ксерокопия основных страниц), квитанция об оплате госпошлины;

в) заявление о регистрации по форме Р2 1001, паспорт (ксерокопия основных страниц), квитанция об оплате госпошлины.

3. Если при регистрации юридического лица количество участников составляет 52 человека, то можно выбрать следующую организационно-правовую форму (ОПФ):

- а) НПАО
- б) ООО
- в) ПАО
- г) любую ОПФ без ограничений.

4. Распределение прибыли в ООО происходит по следующему принципу:

- а) поровну;
- б) в соответствии с долей в уставном капитале;
- в) по трудовому участию;
- г) по количеству акций.

5. Для подачи документов для регистрации ИП необходимо обратиться в налоговую инспекцию:

- а) по месту фактического жительства;
- б) по прописке;
- в) по юридическому адресу;
- г) в любую ближайшую.

5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-1:

1. Какая форма собственности является наиболее распространенной в России?

- А) Частная
- В) Государственная
- С) Смешанная
- Д) Коллективная

2. Какой закон устанавливает основы предпринимательской деятельности в России?

- А) Конституция РФ
- В) Налоговый кодекс
- С) Гражданский кодекс
- Д) Уголовный кодекс

3. Какой вид предпринимательской деятельности не требует регистрации в России?

- А) Индивидуальное предпринимательство
- В) Акционерное общество
- С) Коммерческая организация
- Д) Садоводческое товарищество

4. Какой вид бизнеса наиболее популярен в России?

- А) Торговля
- В) Производство
- С) Услуги
- Д) Сельское хозяйство

5. Что такое бизнес-план?

- A) План празднования на предприятии
- B) План борьбы с конкурентами
- C) Подробное описание бизнес-идеи и методов ее реализации
- D) План развития государства

5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-2:

1. Какой процесс называется продвижением продукции на рынке?

- A) Реализация
- B) Производство
- C) Маркетинг
- D) Налогообложение

2. Какие свойства характерны для успешного предпринимателя?

- A) Трудолюбие и целеустремленность
- B) Лень и невнимательность
- C) Агрессия и настойчивость
- D) Коварство и обман

3. Как называется документ, устанавливающий организационно-правовые формы предпринимательства?

- A) Устав
- B) Положение
- C) Конституция
- D) Кодекс

4. Как называется процесс изменения товара или услуги для привлечения большего количества покупателей?

- A) Диверсификация
- B) Дифференциация
- C) Модернизация
- D) Форматирование

5. Как называется документальное подтверждение факта осуществления платежа?

- A) Акцепт
- B) Квитанция
- C) Счет
- D) Договор

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	«зачтено» - более 55% правильных ответов;
не зачтено	«не зачтено» - менее 55% правильных ответов;

5.1.7 Типовые задания (оценочное средство - Проект) для оценки сформированности компетенции ПК-1:

Для более полного освоения материала и формирования требуемых компетенций студентам предлагается подготовка плана проекта в формате бизнес-плана. Целью выполнения задания является осмысление практического значения управления предпринимательским проектом.

Пошаговый алгоритм создания проекта изложен на сайте <https://i-generation.unn.ru/>, Трек «Малый бизнес».

Содержание бизнес-плана включает следующие разделы:

1. Резюме проекта 2. Иерархическая структура проекта. 3. Контрольные точки проекта 4. План маркетинга 5. Обоснование инвестиций 6. Программа реализации 7. Резюме конкурентных преимуществ продукта.

1. Резюме проекта. <Описание основных целей проекта и подробное описание результатов проекта и работ, необходимых для создания этих результатов. Описание дает общее представление о содержании проекта всем участникам проекта, заказчику и инвестору и позволяет команде проекта проводить более детальное планирование.

Цели проекта <Укажите цели проекта >

Критерии достижения целей проекта <Укажите измеримые критерии достижения целей проекта>

Задачи проекта. <Перечислите задачи, которые требуется реализовать в ходе проекта для достижения целей проекта>

Результаты проекта. <Представьте полный перечень результатов, которые будут получены при реализации каждой из задач проекта>

Описание продукта. < Опишите продукт, который вы намерены получить в ходе реализации проекта>.

Границы проекта. < Указывается в целом то, что включается в проект. Явно надо указать, что не включается в проект, чтобы исключить ситуацию, когда участник проекта ошибочно считает некоторый продукт, услугу или результат входящими в проект>.

Критерии приемки конечного результата проекта. < Определяются порядок и критерии приемки конечного результата проекта>.

Ограничения проекта. <Перечисляются ограничения проекта, связанные с его содержанием и ограничивающие возможность выбора для команды проекта. К ним относятся, например, утвержденный предварительный бюджет или требуемые даты (контрольные события расписания), установленные заказчиком или исполняющей организацией. Когда проект выполняется по контракту, то в качестве ограничений часто выступают условия контракта. >.

Стоимость проекта. < Указывается общая стоимость проекта и финансовые показатели окупаемости проекта>.

2. Иерархическая структура Проекта. <Привести в графическом виде (mind-map) иерархическую структуру работ проекта с требуемой степенью детализации. Определение групп работ и их декомпозиция на составляющие осуществляется произвольно, в зависимости от конкретного проекта, его масштаба и специфики. После этого выстраивается

взаимосвязанная иерархическая структура работ, по принципу «сверху - вниз», от задачи верхнего уровня до задач нижнего уровня».

3. Контрольные точки Проекта. <Список контрольных точек проекта определяет ключевые события Проекта, даты из возникновения и результаты, которые должны быть получены по состоянию на эти даты. Список предназначен для контроля своевременного прохождения этих точек. Список представляется в табличном виде.>.

№	Контрольная точка	Дата	Результат
1.	...		
1.	...		
1.	...		

4. План маркетинга. <Базовый план маркетинга описывает стратегию вывода на рынок продукта и обоснование емкости рынка, включая анализ положения дел в отрасли> (Общая характеристика потребности и объем производства продукции в регионе или России. Значимость данного производства для экономического и социального развития страны или региона. Размер рынка, сегменты, потенциальные потребители. Потенциальные конкуренты (указать наименования и адреса основных производителей товара, их сильные и слабые стороны). Какие и где появились аналоги продукта за последние 3 года. Организация сбыта. <Дать описание системы сбыта с указанием фирм, привлекаемых к реализации продукта>. Обоснование цены на продукцию <Оптовая цена товара определяется исходя из сложившейся конъюнктуры на внутреннем и внешнем рынках, а также уровня рентабельности>. Программа по организации рекламы <Опишите рекламную стратегию, инструменты и рекламодатели. Примерный объем затрат>.

5. Обоснование инвестиций <Обоснование объема инвестиций, связанных с реализацией продукции. Торгово-сбытовые издержки>

6. Программа реализации продукции <Выручка от продажи в целом и по отдельным товарам рассчитывается в соответствии с данными об объеме производства по кварталам и годам, уровне и сроках освоения проектной мощности, а также о ценах>.

7. Резюме конкурентных преимуществ проекта

Характеристики продукта	Наш продукт	Конкурент 1	Конкурент 2
Характеристика 1.	+	+	+
	-	-	-
...

5.1.8 Типовые задания (оценочное средство - Проект) для оценки сформированности компетенции ПК-2:

Для более полного освоения материала и формирования требуемых компетенций студентам предлагается подготовка плана проекта в формате бизнес-плана. Целью выполнения задания является осмысление практического значения управления предпринимательским проектом.

Пошаговый алгоритм создания проекта изложен на сайте <https://i-generation.unn.ru/>, Трек «Малый бизнес».

Содержание бизнес-плана включает следующие разделы:

1. Резюме проекта 2. Иерархическая структура проекта. 3. Контрольные точки проекта 4. План маркетинга 5. Обоснование инвестиций 6. Программа реализации 7. Резюме конкурентных преимуществ продукта.

1. Резюме проекта. <Описание основных целей проекта и подробное описание результатов проекта и работ, необходимых для создания этих результатов. Описание дает общее представление о содержании проекта всем участникам проекта, заказчику и инвестору и позволяет команде проекта проводить более детальное планирование.

Цели проекта <Укажите цели проекта >

Критерии достижения целей проекта <Укажите измеримые критерии достижения целей проекта>

Задачи проекта. <Перечислите задачи, которые требуется реализовать в ходе проекта для достижения целей проекта>

Результаты проекта. <Представьте полный перечень результатов, которые будут получены при реализации каждой из задач проекта>

Описание продукта. < Опишите продукт, который вы намерены получить в ходе реализации проекта>.

Границы проекта. < Указывается в целом то, что включается в проект. Явно надо указать, что не включается в проект, чтобы исключить ситуацию, когда участник проекта ошибочно считает некоторый продукт, услугу или результат входящими в проект>.

Критерии приемки конечного результата проекта. < Определяются порядок и критерии приемки конечного результата проекта>.

Ограничения проекта. <Перечисляются ограничения проекта, связанные с его содержанием и ограничивающие возможность выбора для команды проекта. К ним относятся, например, утвержденный предварительный бюджет или требуемые даты (контрольные события расписания), установленные заказчиком или исполняющей организацией. Когда проект выполняется по контракту, то в качестве ограничений часто выступают условия контракта. >.

Стоимость проекта. < Указывается общая стоимость проекта и финансовые показатели окупаемости проекта>.

2. Иерархическая структура Проекта. <Привести в графическом виде (mind-map) иерархическую структуру работ проекта с требуемой степенью детализации. Определение групп работ и их декомпозиция на составляющие осуществляется произвольно, в зависимости от конкретного проекта, его масштаба и специфики. После этого выстраивается взаимосвязанная иерархическая структура работ, по принципу «сверху - вниз», от задачи верхнего уровня до задач нижнего уровня>.

3. Контрольные точки Проекта. <Список контрольных точек проекта определяет ключевые события Проекта, даты из возникновения и результаты, которые должны быть получены по состоянию на эти даты. Список предназначен для контроля своевременного прохождения этих точек. Список представляется в табличном виде.>.

№	Контрольная точка	Дата	Результат
1.	...		
1.	...		
1.	...		

4. План маркетинга. <Базовый план маркетинга описывает стратегию вывода на рынок продукта и обоснование емкости рынка, включая анализ положения дел в отрасли> (Общая характеристика потребности и объем производства продукции в регионе или России. Значимость данного производства для экономического и социального развития страны или региона. Размер рынка, сегменты, потенциальные потребители. Потенциальные конкуренты (указать наименования и адреса основных производителей товара, их сильные и слабые стороны). Какие и где появились аналоги продукта за последние 3 года. Организация сбыта. <Дать описание системы сбыта с указанием фирм, привлекаемых к реализации продукта>. Обоснование цены на продукцию <Оптовая цена товара определяется исходя из сложившейся конъюнктуры на внутреннем и внешнем рынках, а также уровня рентабельности>. Программа по организации рекламы <Опишите рекламную стратегию, инструменты и рекламоносители. Примерный объем затрат>.

5. Обоснование инвестиций <Обоснование объема инвестиций, связанных с реализацией продукции. Торгово-сбытовые издержки>

6. Программа реализации продукции <Выручка от продажи в целом и по отдельным товарам рассчитывается в соответствии с данными об объеме производства по кварталам и годам, уровне и сроках освоения проектной мощности, а также о ценах>.

7. Резюме конкурентных преимуществ проекта

Характеристики продукта	Наш продукт	Конкурент 1	Конкурент 2
Характеристика 1.	+	+	+
	-	-	-
...

Критерии оценивания (оценочное средство - Проект)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Проект выполнен в объеме (более 50% поставленных задач), обучающийся дает верную информацию при ответе на поставленные задачи, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
не зачтено	Проект выполнен не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых	При решении стандартных	Имеется минимальн	Продemonстрированы	Продemonстрированы	Продemonстрированы	Продemonстрированы

	навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	задач не продемонстриро ваны базовые навыки. Имели место грубые ошибки	ый набор навыков для решения стандартны х задач с некоторым и недочетами	базовые навыки при решении стандартны х задач с некоторым и недочетами	базовые навыки при решении стандартны х задач без ошибок и недочетов	навыки при решении нестандарт ных задач без ошибок и недочетов	творческий подход к решению нестандартны х задач
--	--	---	--	---	--	---	--

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворитель но	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворите льно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-2

1. Понятие и функции предпринимательской среды.
2. Понятие предпринимательства.
3. Исторический обзор понятия «предприниматель». Особенности предпринимательского мышления.
4. Объекты и субъекты бизнеса.
5. Виды и организационно - правовые формы коммерческих организаций.
6. Сравнительная характеристика ИП и ООО.

7. Алгоритм государственной регистрации ИП.
8. Регистрация юридического лица на примере ООО. Пошаговый алгоритм.
9. Виды реорганизации компании.
10. Ликвидация предприятия. Процедура банкротства.
11. Оценка и расчет конкурентоспособности компании на рынке.
13. Налоги, сборы, страховые взносы, взимаемые с индивидуальных предпринимателей
13. Налоги, сборы, страховые взносы, взимаемые с организаций
14. Выбор организационно-правовой формы регистрации компании с позиций налогообложения

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-1

1. Объекты и субъекты бизнеса.
2. Виды и организационно - правовые формы коммерческих организаций.
3. Сравнительная характеристика ИП и ООО.
4. Алгоритм государственной регистрации ИП.
5. Регистрация юридического лица на примере ООО. Пошаговый алгоритм.
6. Виды реорганизации компании.
7. Ликвидация предприятия. Процедура банкротства.
8. Понятие бизнес-плана. Анализ целей написания бизнес-плана.
9. Основные разделы бизнес-плана.
10. Маркетинговый раздел бизнес-плана.
11. Оценка и расчет конкурентоспособности компании на рынке.
12. Финансовый раздел бизнес-плана.
13. Налогообложение предпринимательской деятельности. Виды режимов налогообложения.
14. Налоги, сборы, страховые взносы, взимаемые с индивидуальных предпринимателей.
15. Выбор специального налогового режима для компании

16. Понятие и виды рисков проекта. Методы их оценки.
17. Классификация договоров, используемых в предпринимательской деятельности.
18. Классификация стадий развития предприятия. Источники финансирования предприятия в зависимости от стадий развития предприятия.
19. Особенности презентации проекта инвестору. Презентация проекта методом Elevator Pitch.
20. Инфраструктура поддержки субъектов малого предпринимательства в России.

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-2

1. Понятие бизнес-плана. Анализ целей написания бизнес-плана.
2. Основные разделы бизнес-плана.
3. Маркетинговый раздел бизнес-плана.
4. Оценка и расчет конкурентоспособности компании на рынке.
5. Финансовый раздел бизнес-плана.
6. Налогообложение предпринимательской деятельности. Виды режимов налогообложения.
7. Налоги, сборы, страховые взносы, взимаемые с индивидуальных предпринимателей
8. Налоги, сборы, страховые взносы, взимаемые с организаций
9. Выбор организационно-правой формы регистрации компании с позиций налогообложения
10. Выбор специального налогового режима для компании
11. Понятие и виды рисков проекта. Методы их оценки.
12. Классификация договоров, используемых в предпринимательской деятельности.
13. Классификация стадий развития предприятия. Источники финансирования предприятия в зависимости от стадий развития предприятия.
14. Особенности презентации проекта инвестору. Презентация проекта методом Elevator Pitch.
15. Инфраструктура поддержки субъектов малого предпринимательства в России.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой. Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично». Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо». Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо». Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно».
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо». Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо».

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

Основная литература:

1. Лапуста Михаил Григорьевич. Предпринимательство : Учебник / Государственный университет управления. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 384 с. - (Высшее образование). - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-019212-3. - ISBN 978-5-16-104388-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=876477&idb=0>.
2. Малое и среднее предпринимательство: налогообложение, планирование и контроль: настольная книга руководителя малого предприятия : учебное пособие / Бобрышев А. Н., Костюкова Е. И., Таранова Е. В., Татарина М. Н., Заргарян Н. Р. - Ставрополь : СтГАУ, 2021. - 256 с. - Книга из коллекции СтГАУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-9596-1742-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=804880&idb=0>.
3. Калюжнова Н. Я. Социальное предпринимательство : учебное пособие / Н. Я. Калюжнова, Е. П. Огаркова, М. А. Осипов ; под редакцией Н. Я. Калюжновой. - Москва : Юрайт, 2023. - 114 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-11478-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=840114&idb=0>.
4. Арустамов Эдуард Александрович. Основы бизнеса : Учебник / Российский университет кооперации. - 6. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. - 228 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04958-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875424&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Остервальдер Александр. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора : Практическое пособие. - 2-е изд. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 288 с. - Аспирантура. - ISBN 978-5-9614-1844-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=618070&idb=0>.
2. Блэнд Дэвид. Тестирование бизнес-идей : Научно-популярная литература. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2020. - 354 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-9614-3658-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=740909&idb=0>.
3. Рис Эрик. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели : Учебное пособие. - 5-е изд. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 253 с. - Профессиональная подготовка по профессиям рабочих и по должностям служащих. - ISBN 978-5-9614-5401-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=611117&idb=0>.
4. Маклер А. Г. Предпринимательская деятельность в цифровой среде / Маклер А. Г. - Балашиха : А. Г. Маклер, 2023. - 158 с. - Книга из коллекции А. Г. Маклер - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=883644&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

4. Департамент науки, высоких технологий и образования Правительства РФ <http://www.government.ru/>,
5. Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент) <http://www.rupto.ru/>
6. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор) <http://www.obrnadzor.gov.ru/>
7. Министерство связи и массовых коммуникаций РФ (Минкомсвязь) <http://www.minsvyaz.ru/>
8. Министерство экономического развития РФ (Минэкономразвития) <http://www.economy.gov.ru/>
9. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) <http://www.gks.ru/>
10. Торгово-промышленная палата РФ; <http://www.tpprf.ru/>
11. Портал государственных услуг РФ <https://www.gosuslugi.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Кравченко Валентина Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Яшина Надежда Игоревна, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.

