

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

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

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета ННГУ
протокол от
«30» ноября 2022 г. №13

Рабочая программа дисциплины

«Основы предпринимательской
деятельности»

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования
бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы
Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения
очная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижегород

2022 год

1. Место и цели дисциплины «Основы предпринимательской деятельности» в структуре ОПОП

Дисциплина ФТД.02 «Основы предпринимательской деятельности» относится к факультативной части блока, предлагается к освоению на 3 курсе в 5семестре для очно формы обучения. Завершается зачетом.

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
3	ФТД. Факультативы	Дисциплина ФТД.02 «Основы предпринимательской деятельности» является факультативом в ООП направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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	
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	УК-2.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы.	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	Тесты Задача

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций мероприятий формированию корпоративной идентичности корпоративной культуры	<p>Знает интерес субъектов бизнеса, предпринимательскую среду, информационные ресурсы инфраструктуры бизнеса</p> <p>Умеет участвовать в организационно-управленческих процессах в бизнес-структурах, международных организациях, средствах массовой информации</p> <p>Владеет навыками подготовки предпринимательского проекта</p>	<p>Тесты</p> <p>Задача</p> <p>Проект</p>
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2. Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	<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 предпринимательского проекта.</p>	<p>Тесты</p> <p>Задача</p> <p>Проект</p>

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	1 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	36		
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):	28		4
- занятия лекционного типа	28		2
- занятия семинарского типа	0		1
- КСР	1		1
самостоятельная работа	7		25
Промежуточная аттестация – зачет	0		4

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Все го (час ы)	в том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них														
		Занятия лекционного типа				Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа		Всего					
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	
Модуль 1. Понятие и содержание предпринимат ельской деятельности.																
Тема 1. Понятие и типология предпринимат ельства.				2				2						2	2	2
Тема 2. Объекты и субъекты бизнеса. Виды и				2										2	2	2

<p>организационно - правовые формы коммерческих организаций. Государственная регистрация компании. Формы реорганизации и ликвидации (банкротство) компании</p>																		
<p>Тема 3. Система построения бизнес-процессов хозяйствующих субъектов на основе договорных отношений.</p>				2										2	2		2	
<p>Модуль 2 Предпринимательская среда. Комплекс форм и методов государственного регулирования предпринимательской деятельности. Инфраструктура бизнеса.</p>																		
<p>Тема1. Понятие и функции предпринимательской среды.</p>				2										2			2	
<p>Тема 2. Государственная поддержка предпринимательства. Система мероприятий,</p>				4										4	1		2	

[illegible]

предприятия. Маркетинг в предпринимат ельской деятельности																	
Тема 1.Основные характеристик и рынка. Оценка конкурентной ситуации.				2										2			3
Тема 2. Разработка бизнес- модели предприятия				2				2						2			4
Тема 3. Разработка маркетингово го плана для предприятия				2										2			2
Итого				28		4		2						28	7		2 5

Практическая подготовка предусматривает: решение прикладных задач (кейса). Сложность, объем заданий, глубину изучения определяет преподаватель. Задание выполняется постепенно в соответствии с тематикой практических занятий.

Практическая подготовка организуется при сочетании индивидуальной и групповой работы обучающихся.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП: Организационная деятельности и организации процесса создания коммуникационного продукта.
- компетенций:

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПК2-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Модуль 1. Понятие и содержание предпринимательской деятельности. Экономико-правовые аспекты развития предпринимательства в России на современном этапе

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

Модуль 2. Предпринимательская среда. Комплекс форм и методов государственного регулирования предпринимательской деятельности. Инфраструктура бизнеса.

Тема1. Понятие и функции предпринимательской среды.

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

Тема 2. Государственная поддержка предпринимательства. Система мероприятий, предусмотренная законопроектами 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.

Модуль 3. Бизнес-план предпринимательской единицы. Оценка инвестиционной привлекательности проекта, привлечение финансирования

Тема 1. 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 2. 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 3. Налогообложение бизнеса.

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

Модуль 4. Анализ рыночной конъюнктуры и входных барьеров отрасли. Разработка бизнес-модели предприятия. Маркетинг в предпринимательской деятельности

Тема 1. 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 2. Разработка бизнес-модели предприятия

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

Тема 3. Разработка маркетингового плана для предприятия

Маркетинг в организации. Цели и структура маркетингового плана. Использование бюджетных маркетинговых инструментов в продвижении нового предприятия (комплексное, комбинированное) финансирование

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся:

Методические указания для обучающихся.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение отдельных тем рабочей программы. Самостоятельная работа студентов для освоения дисциплины «**Основы предпринимательской деятельности**» организована в виде:

- домашних самостоятельных работ по решению задач (разделы, связанные с оценкой экономической и коммерческой эффективности проектов, оценкой рисков) и ответов на вопросы для самостоятельного изучения и обсуждения;
- составления проекта по выбранной тематике и презентация его в группе.

Примеры заданий для самостоятельной работы

Задание 1.

1. Провести сравнительный анализ различных организационно-правовых форм коммерческих организаций по следующим показателям:
 - Участники (состав, количество);
 - Учредительные документы;
 - Формирование капитала;
 - Права участников;
 - Обязанности;

- Ответственность.

В заключении сделать вывод о преимуществах и недостатках рассмотренных форм.

Вариант 1 ООО и ПТ

Вариант 2 ОДО и НАО

Вариант 3 ПАО и КТ

Вариант 4 ПК и ООО

Задание 2.

Гражданка Российской Федерации Шахватова Екатерина Николаевна, имеющая государственную регистрацию в г. Нижнем Новгороде ул. Воровского д.5 кв. 4 имеет высшее ветеринарное образование и на протяжении 5 лет работала по специальности в ветеринарной клинике «Лео». За это время Екатерина Николаевна приобрела богатый опыт в качестве ветеринарного врача и наработала достаточно большую клиентскую базу, а также проанализировала сложившуюся ситуацию на зоорынке в Нижегородской области. В качестве выводов можно представить следующую информацию:

- в Н.Новгороде существует достаточно большое количество ветлечебниц и ветеринаров, которые занимаются частной практикой и оказывают достаточно узкий спектр различные видов услуг с выездом на дом, не имея личных кабинетов;
- еще больше специализированных зоомагазинов, предлагающих корма, витамины, игрушки, аксессуары всевозможным видам домашних животных (причем здесь им создают конкуренцию гипер- и супермаркеты, имеющие такие же отделы);
- а вот специализированных ветеринарных аптек в городе работает порядка 10 штук, что представляет собой достаточно свободную нишу для начала предпринимательской деятельности.

Итак, гражданка Шахватова, имея бизнес идею, желание и возможность начать свой бизнес в профессиональной среде поставила целый ряд вопросов, на которые вы должны дать ответы:

1. В каком качестве целесообразнее зарегистрироваться? В качестве ИП или открывать юридическое лицо? Почему, дайте объяснения.
2. Как будет называться вид предполагаемой деятельности по ОКВЭД?
3. Какие документы необходимы для государственной регистрации?
4. Какие виды ветаптек могут быть?
5. Какие требования необходимо выполнить для открытия ветаптеки? (Сертификаты, лицензия?) Если да, то какие организации имеют такие полномочия?
6. Существуют ли какие либо требования к помещению и оборудованию?

Задание 3 (по теме «Договорные отношения»)

Студентам предлагаются несколько вариантов договоров с заведомо существующими ошибками. Основной задачей является: структурирование, исправление ошибок, неточностей и некорректных формулировок.

Пример такого договора:

Договор
14/1-2008

г. Нижний Новгород

20013год

Общество с ограниченной ответственностью «Сильва» в лице генерального директора Крутикова Г.Г., действующего на основании Устава, именуемое в дальнейшем **«ПОКУПАТЕЛЬ»**, с одной стороны, и **общество с ограниченной ответственностью «Нижегородский Центр Крепежа»** в лице директора, действующего на основании Устава, именуемое в дальнейшем **«ПОСТАВЩИК»**, с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА И ДРУГИЕ ОБЩИЕ УСЛОВИЯ

1.1. **Поставщик** обязуется поставить и передать в собственность товар, обусловленный настоящим договором, а **Покупатель** принять и оплатить товар на условиях настоящего договора для использования в предпринимательской и иной деятельности.

Наименование, количество, ассортимент и цены поставки подлежат согласованию и определяются **Сторонами** дополнительным соглашением к настоящему договору.

1.2. **Поставщик** информирует **Покупателя** о наличии на его складе необходимого товара.

- 1.3. Датой поставки считается дата приема товара **Покупателем** и подписания Сторонами приемо-сдаточных документов.
- 1.4. Право собственности на товар переходит от **Поставщика** к **Покупателю** с момента подписания Сторонами приемо-сдаточных документов.

2. ОБЯЗАННОСТИ ПОСТАВЩИКА И ПОКУПАТЕЛЯ

2.1. Поставщик обязуется:

- а) поставлять товар **Покупателю** на основании заявки **Покупателя**. Заявка должна быть составлена в письменном виде. Заявка может быть передана **Поставщику** лично **Покупателем**, посредством электронной и факсимильной связи. В заявке указываются следующие данные: дата составления, наименование товара, ассортимент, номер и дата настоящего договора. При наличии всего ассортимента товара или его части, указанного в заявке **Покупателя**, товар отгружается в течение 1 (Одного) дня со склада **Поставщика**.
- б) обеспечить качество, количество товара (дата изготовления, стандарт и т.д.);
- в) претензии по качеству товара принимаются в течение 14 (Четырнадцати) дней с момента подписания Сторонами приемо-сдаточных документов;
- г) передать товар **Покупателю** в упаковке, обеспечивающей сохранность товара при его транспортировке, при условии бережного с ним обращения.
- д) подтверждением факта передачи товара **Поставщиком** и принятия товара **Покупателем** является документ, который подписывается полномочными представителями **Поставщика** и **Покупателя**.

2.2. Покупатель обязуется:

- а) совершить все необходимые действия, обеспечивающие принятие товара, поставляемого в соответствии с настоящим договором;
- б) осмотреть принятый товар, проверить его количество мест и качество в момент получения товара **Покупателем** путем 100% пересчета и осмотра;
- в) письменно уведомить **Поставщика** о выявленных несоответствиях или недостатках товара, сделав отметку в приемо-сдаточных документах (приложить акт) в срок - 1 (одного) банковского дня с момента получения **Покупателем** товара;
- г) оплатить товар в порядке, установленном в п.3 настоящего договора.

3. ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ, СТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

- 3.1. Цены на поставляемую продукцию являются договорными.
- 3.2. Оплата производится безналичными или наличными денежными средствами в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации. Датой оплаты считается день поступления денежных средств на расчетный счет или в кассу **Поставщика**. По согласованию сторон возможна любая иная форма оплаты.
- 3.3. Цена договора – стоимость поставляемого товара, указанная в накладных и счете-фактуре либо дополнительных соглашениях к настоящему договору (спецификациях).
- 3.4. В случае просрочки оплаты товара более указанного в настоящем договоре (либо в дополнительном соглашении к настоящему договору) **Покупатель** выплачивает **Поставщику** пеню от неоплаченной суммы за каждый день просрочки, в размере ставки рефинансирования ЦБ РФ. По требованию любой из сторон Стороны обязаны составить и подписать «Акт сверки взаиморасчетов», который составляется не реже, чем 1 (Один) раз в квартал.
- 3.5. Кредиторская задолженность должна быть перечислена на расчетный счет Кредитора в течение 3(Трех) банковских дней, начиная с даты, следующей за датой подписания «Акта сверки взаиморасчетов». В случае нарушения сроков перечисления кредиторской задолженности, Дебитор уплачивает пеню за каждый день просрочки, в размере ставки рефинансирования ЦБ РФ.

4. КАЧЕСТВО ТОВАРА.

- 4.1. При приеме товара **Покупатель** проверяет его соответствие сведениям, указанным в транспортных и сопроводительных документах по количеству, ассортименту и наименованию и ставит отметку о приеме товара в накладной.

5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН, СПОРЫ И РАЗНОГЛАСИЯ.

- 5.1. За неисполнение или ненадлежащее исполнение условий настоящего Договора стороны несут ответственность в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.
- 5.2. При возникновении спорных ситуаций стороны должны найти все возможности для поиска взаимоприемлемого решения на условиях настоящего договора или иных согласованных условиях. Соответствующее решение оформляется как дополнение к настоящему договору.
- 5.3. В случае, если спор или разногласия не могут быть урегулированы путем переговоров, - в Арбитражном суде Нижегородской области.

6. ФОРС- МАЖОР.

- 6.1. Стороны освобождаются от ответственности за частичное или полное неисполнение обязательств по настоящему договору, если оно явилось результатом форс-мажорных обстоятельств.

сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	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, без ошибок.	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 несущественным 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 владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	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»

Описание шкалы оценивания теста

«превосходно» - 96-100% правильных ответов;
«отлично» – 86-95% правильных ответов;
«очень хорошо» - 81-85% правильных ответов;
«хорошо» – 66-80% правильных ответов;
«удовлетворительно» – 56-65% правильных ответов.
«неудовлетворительно» - 46-55% правильных ответов;
«плохо» - 45% и меньше правильных ответов.

Описание шкалы оценивания кейс-задач

(«Превосходно .. Удовлетворительно» - оценка «Зачтено»; «Неудовлетворительно ... Плохо» - оценка «Не зачтено»)

Оценка	Уровень подготовленности
Превосходно	Студент демонстрирует полные и глубокие знания теоретического материала курса, уверенно применяет полученные знания на практике, приобрёл умение быстро ориентироваться в содержании материала, понимает и умеет логично и последовательно разъяснить смысл своего ответа, доказать необходимость использования тех или иных теоретических положений, аргументированно и корректно отстаивает свою позицию, во всех случаях способен предложить альтернативные варианты решения проблемы.
Отлично	Студент демонстрирует полные и глубокие знания теоретического материала курса, уверенно применяет полученные знания на практике, приобрёл умение быстро ориентироваться в содержании материала, понимает и умеет логично и последовательно разъяснить смысл своего ответа, доказать необходимость использования тех или иных теоретических положений, аргументированно и корректно отстаивает свою позицию, в более чем 50% случаев способен предложить альтернативные варианты решения проблемы.
Очень хорошо	Студент демонстрирует знание теоретического материала, но применение теоретических положений на практике вызывает несущественные затруднения, связанные с аргументацией своей позиции. Обучающийся в полной мере понимает суть проблемы. Основные требования к заданию выполнены. В более чем 50% случаев способен предложить альтернативные варианты решения проблемы.
Хорошо	Студент демонстрирует знание теоретического материала, но применение теоретических положений на практике вызывает некоторые затруднения, связанные с аргументацией своей позиции. Обучающийся в полной мере понимает суть проблемы. Основные требования к заданию выполнены. В принципе способен предложить альтернативные варианты решения проблемы.
Удовлетворительно	Студент обладает знанием необходимого минимума теоретического материала, способен дать ответ не менее, чем на 50% поставленных заданий, но не способен аргументированно излагать свою позицию, не видит альтернативных вариантов разрешения проблемной ситуации, не может последовательно изложить суть решения.
Неудовлетворительно	Студент не обладает знанием требуемым объёмом знаний теоретического материала, способен дать ответ менее, чем на 50% поставленных заданий, не способен аргументированно излагать свою позицию, не видит альтернативных вариантов разрешения проблемной ситуации, не может последовательно изложить суть решения.
Плохо	Студент не обладает требуемым объёмом знаний теоретического материала и не может решить практическое задание.

Описание шкалы оценивания проекта

Результаты «Неудовлетворительно» и «Плохо» соответствуют оценке «Не зачтено», остальные результаты – оценке «Зачтено».

Превосходно	Проект выполнен в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала.
Отлично	Проект выполнен в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
Очень хорошо	Проект выполнен в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
Хорошо	Проект выполнен в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
Удовлетворительно	Проект выполнен не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
Неудовлетворительно	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.
Плохо	Проект не выполнен, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

Описание шкалы оценивания для выполненных задач

(«Превосходно .. Удовлетворительно» - оценка «Зачтено»; «Неудовлетворительно ... Плохо» - оценка «Не зачтено»)

Оценка	Уровень подготовленности, характеризуемый оценкой
Превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала
Отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
Очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
Хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
Удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
Неудовлетворительно	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.
Плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Контрольные вопросы для подготовки к зачету

<i>Вопросы</i>	<i>Код формируемой компетенции</i>
1. Понятие и функции предпринимательской среды.	УК-2
2. Понятие предпринимательства.	УК-2
3. Исторический обзор понятия «предприниматель». Особенности предпринимательского мышления.	УК-2
4. Объекты и субъекты бизнеса.	УК-2, ПК-1
5. Виды и организационно - правовые формы коммерческих организаций.	УК-2, ПК-1
6. Сравнительная характеристика ИП и ООО.	УК-2, ПК-1
7. Алгоритм государственной регистрации ИП.	УК-2, ПК-1
8. Регистрация юридического лица на примере ООО. Пошаговый алгоритм.	УК-2, ПК-1
9. Виды реорганизации компании.	УК-2, ПК-1
10. Ликвидация предприятия. Процедура банкротства.	УК-2, ПК-1
11. Понятие бизнес-плана. Анализ целей написания бизнес-плана.	ПК-1, ПК-2
12. Основные разделы бизнес-плана.	ПК-1, ПК-2
13. Маркетинговый раздел бизнес-плана.	ПК-1, ПК-2
14. Оценка и расчет конкурентоспособности компании на рынке.	УК-2, ПК-1
15. Финансовый раздел бизнес-плана.	ПКО-1, ПКР-2
16. Налогообложение предпринимательской деятельности. Виды режимов налогообложения.	ПК-1, ПК-2
17. Налоги, сборы, страховые взносы, взимаемые с индивидуальных предпринимателей	УК-2, ПК-1, ПК-2
18. Налоги, сборы, страховые взносы, взимаемые с организаций	УК-2, ПК-2
19. Выбор организационно-правовой формы регистрации компании с позиций налогообложения	УК-2, ПК-2
20. Выбор специального налогового режима для компании	ПК-1, ПК-2
21. Понятие и виды рисков проекта. Методы их оценки.	ПК-1, ПК-2
22. Классификация договоров, используемых в предпринимательской деятельности.	ПК-1, ПК-2
23. Классификация стадий развития предприятия. Источники финансирования предприятия в зависимости от стадий развития предприятия.	ПК-1, ПК-2
24. Особенности презентации проекта инвестору. Презентация проекта методом Elevator Pitch.	ПК-1, ПК-2
25. Инфраструктура поддержки субъектов малого предпринимательства в России.	ПК-1, ПК-2

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции УК-2, ПК-1, ПК-2 (пример)

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 Р2 1001(заверенное нотариусом), 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(заверенное нотариусом), 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) ОАО
 - 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.
6. Для принятия управленческого решения в процессе голосования на годовом собрании в АО необходимо :
- а) иметь большинство голосов среди всех голосов акционеров,
 - б) собрать совет директоров,
 - в) иметь большинство среди тех, кто присутствует на собрании;
 - г) необходимо выслушать всех, кто имеет акции.
7. Верно ли утверждение, что в ООО можно полностью исключить возможность входа третьих лиц в состав учредителей общества, в том числе и наследников.
- а) да;
 - б) нет;
 - в) по решению суда.
8. Имеет ли право ИП Кочнев П.А. открыть специализированный магазин по продаже гладкоствольного, травматического, пневматического и сигнального оружия?
- а) да;
 - б) нет;
 - в) да, при наличии соответствующего разрешения.
9. Что законодательству можно вносить в качестве уставного капитала в ООО:
- а) ценные бумаги;
 - б) деньги, ценные бумаги, имущество, интеллектуальную собственность;
 - в) только деньги.

Тест 2.

1. Когда создается новая компания в форме ООО, в налоговую инспекцию, которая в данном регионе занимается регистрацией, подают:
- а) заявление о государственной регистрации, решение о создании ООО, устав ООО, документ об уплате государственной пошлины (14000 рублей)
 - б) заявление о государственной регистрации, решение о создании ООО, устав ООО, документ об уплате государственной пошлины;
 - в) выше перечисленные документы и трудовые договора с сотрудниками ООО;
2. Если на годовом собрании акционеров отсутствует кворум, то можно провести повторное собрание, на котором достаточно присутствия :
- а) 30 процентов голосов размещенных голосующих акций;
 - б) 50 процентов голосов акций;
 - в) 51 процента голосов размещенных голосующих акций;
 - г) 100 процентов голосов размещенных голосующих акций.

3. В непубличном АО «Вернисаж» произошли разногласия среди акционеров, в результате которых один из участников решил выйти из состава акционеров и продать свои акции. Кто в данной ситуации имеет преимущественное право:
- ближайшие родственники;
 - другие акционеры непубличного АО «Вернисаж»;
 - никто.
4. Верно ли утверждение, что участники непубличного АО не отвечают по обязательствам непубличного АО и несут риск убытков только в размерах своих акций?
- Да
 - Нет
 - в зависимости от вида деятельности
5. Правда, что при регистрации ООО необходимо в качестве юридического адреса использовать адрес прописки одного из учредителей?
- Да
 - Нет
 - если его доля составляет не менее 50%
6. Размер минимального уставного капитала в непубличном АО составляет:
- 100 000 руб.
 - 20 000руб.
 - 10 000руб.
7. При создании ООО учредителями было решено оплачивать уставный капитал имуществом. В каком случае необходимо обратиться к услугам оценщика:
- в любом случае
 - когда стоимость имущества составляет более 20 000 руб.
 - стоимость имущества устанавливается на собрании учредителей.
8. Где необходимо зарегистрировать выпуск акций при открытии АО?
- налоговой инспекции;
 - территориальном учреждении (ином подразделении) банка России;
 - региональном отделении Роспотребнадзора;
 - на фондовой бирже;
 - верного ответа нет.
9. При подаче документов для регистрации юридического лица необходимо обратиться в налоговую инспекцию:
- по месту нахождения офиса;
 - по прописке директора;
 - по юридическому адресу;
 - в любую ближайшую.

5.2.3. Типовые задачи/задания для оценки сформированности компетенции УК-2

Задание 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 Херфиндала Хиршмана (ННН) выберем наиболее перспективный регион

Конкурент	Рыночная доля на рынке региона 1	Рыночная доля на рынке региона 2
А	25%	23%
В	10%	20%
С	15%	27%
Д	20%	30%
Е	30%	----

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

Товар	Объем продаж,	Товар	Объем продаж
-------	---------------	-------	--------------

	тыс.руб.		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		

Задание 3. Кейс. «Зимой и летом одним цветом».

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?

Типовые задачи/задания для оценки сформированности компетенции ПК-1.

Задание 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 брандмауэров (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 брандмауэрных 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.					
Заработная 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.					

Задание 3. 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.

2. 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

3. 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			
2) Коучерская поддержка			
3) Услуги, предоставляемые на льготных условиях			
4) Образовательные услуги			
5) Иные виды услуг			

адание 2.

Типовые задачи/задания для оценки сформированности компетенции ПК-2.

Задание 1. Составить краткий бизнес-плана своего проекта.

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.	...		
2.	...		
3.	...		

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.	+	+	+
	-	-	-

...
-----	-----	-----	-----

Задание 2. Кейс. Бедовый завод

С 1998 года краснодарская компания “Удача” занимается оптовыми поставками средств защиты растений, удобрений, семян, а также горюче-смазочных материалов. Основные покупатели — колхозы и фермерские хозяйства края. В этом бизнесе компания достигла определенных успехов. Так, поставки сельхозхимии вывели ее на годовой оборот в 2 млн. долл. Однако ситуацию омрачает ожесточающаяся конкуренция и финансовая несостоятельность заказчиков, которые все чаще прибегают к рассрочке платежей и оплате натуральными продуктами.

В 2010 году “Удача” за \$170 тыс. купила железобетонный завод, не функционирующий с 2005 года. Основная его ценность — административные и производственные здания, а также погрузочно-разгрузочные площадки. Новые собственники сразу же демонтировали оборудование и продали его по остаточной стоимости. Раньше на этом предприятии производились железобетонные изделия для строительства жилых и производственных зданий. Нынешние владельцы считали, что реанимация производства — дело неблагодарное. И решили найти новое применение комплексу площадью 20 тыс. кв. м и охраняемой территории в 7 га. Географическое положение завода можно назвать практически идеальным — в 13 км от него проходит федеральная трасса Ростов–Баку, а в нескольких часах езды — трасса Краснодар–Армавир. На территории завода есть и соединенная с Северокавказской железной дорогой действующая рельсовая ветка.

Одна из первых идей, которая пришла владельцам компании, — использовать помещения под собственные склады. Однако хранить малогабаритный, но очень дорогостоящий товар (тонна химпрепаратов стоит около \$750 тыс.) невыгодно и небезопасно. Сдача помещения в аренду также не сулит большой материальной выгоды.

Ваша задача предложить пути решения данной проблемы, обосновав свое предложение. Используйте вторичную информацию для анализа рынков и отраслей

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса [Электронный ресурс] : Учебник / Э.А. Арустамов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 228 с. - ISBN 978-5-394-01031-6 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358223>
2. Кузьмина Е. Е. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / Е. Е. Кузьмина. - 4-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 455 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-14024-8. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт".- Режим доступа: <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=846703&idb=0>
3. Морозов Г. Б. Предпринимательская деятельность : учебник и практикум / Г. Б. Морозов. - 4-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 457 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-13977-8. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт". <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=841797&idb=0>
4. Особенности развития предпринимательской деятельности в условиях современной России: Учебное пособие / М.В. Беспалов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 232 с.: 60х88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-005018-8. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=354679>
5. 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". – Режим доступа: <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=840114&idb=0>

Б)дополнительная литература:

1. Стратегии управления компаниями. От теории к практической разработке и реализации: Учебное пособие / В.И. Грушенко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 336 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-006721-6. – Режим доступа:

<https://znanium.com/catalog/document?id=398538>

2. Стратегическое управление организацией: Учебное пособие / Г.Д. Антонов, В.М. Тумин, О.П. Иванова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 239 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006204-4. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=354671>

3. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2022 - 288 с.: 60х88 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (Наука и практика). (о) ISBN 978-5-369-01228-4 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=392991>

4. Чеберко Е. Ф. Предпринимательская деятельность : учебник и практикум / Е. Ф. Чеберко. - Москва : Юрайт, 2023. - 219 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-05041-7. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт". - Режим доступа: <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=848282&idb=0>

5. Рис Э. Бизнес с нуля. Метод LeanStartup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. – М.: Альпина Паблишер, 2019 – 256 стр.

6. Остервальдер А., ПиньеИ. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Паблишер, серия «Сколково», 2018 – 288 стр.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

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

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: компьютером с подключенным к нему мультимедийным проектором, экраном и пр.

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 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции»

Автор:

к.э.н., доцент

кафедры финансов и кредита

В.С. Кравченко

Рецензент:

Заведующий кафедрой

Программа одобрена на заседании методической комиссии Института международных отношений и мировой от «__» _____ 2022 года, протокол № __.