



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЭиАС
В.Р. Храмшин

26.01.2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Направление подготовки (специальность)
27.03.04 Управление в технических системах

Направленность (профиль/специализация) программы
Системы и средства автоматизации технологических процессов

Уровень высшего образования - бакалавриат

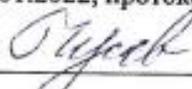
Форма обучения
очная

Институт/ факультет	Институт энергетики и автоматизированных систем
Кафедра	Бизнес-информатики и информационных технологий
Курс	3
Семестр	6

Магнитогорск
2022 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 27.03.04 Управление в технических системах (приказ Минобрнауки России от 31.07.2020 г. № 871)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных технологий 25.01.2022, протокол № 5

Зав. кафедрой  Г.Н. Чусавитина

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭиАС 26.01.2022 г. протокол № 5

Председатель  В.Р. Храмшин

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры БИиИТ, канд. пед. наук  Л.З. Давлеткиреева

Рецензент:

ведущий инженер бюро постановки и внедрения задач АСУ отдела автоматизированных систем управления

производством ООО «Парадокс»,  П.Л. Макашов

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Г.Н. Чусавитина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Г.Н. Чусавитина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Г.Н. Чусавитина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Г.Н. Чусавитина

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Технологическое предпринимательство» являются формирование систематических знаний и навыков в области технологического предпринимательства, развитие навыков распознавания источников инновационных возможностей, нахождение способов продвижения инновационного продукта, источников финансирования, формирование навыков подсчета предполагаемой ликвидности и оценки возможных рисков, изучение методов создания результатов интеллектуальной деятельности (РИД) и способов их защиты.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Технологическое предпринимательство входит в обязательную часть учебного плана образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Правоведение

Экономика

Технология командообразования и саморазвития

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Технологическое предпринимательство» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
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	Определяет круг задач в рамках поставленной цели и предлагает способы их решения и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта
УК-2.2	Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм
УК-2.3	Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1	Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; строит продуктивное взаимодействие с учетом норм и установленных правил командной работы
УК-3.2	При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников, анализирует возможные последствия личных действий
УК-3.3	Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели

УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
УК-10.1	Понимает экономические законы, категории и принципы, возможности их использования в различных областях жизнедеятельности
УК-10.2	Использует экономические знания для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 34,1 акад. часов;
- аудиторная – 34 акад. часов;
- внеаудиторная – 0,1 акад. часов;
- самостоятельная работа – 73,9 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	Лаб. зан.	Прак. т. зан.				
1. Введение в технологическое предпринимательство								
1.1 Сущность и свойства инноваций. Классификация инноваций. Модели инновационного процесса. Роль предпринимателя в инновационном процессе. Правовые основы предпринимательской деятельности	6			5	10	Подготовка к практическому занятию, работа над итоговым проектом	- устный опрос; - тест	УК-2.1, УК-3.2
1.2 Формирование и развитие команды				5	10	Подготовка к практическому занятию, работа над итоговым проектом	- устный опрос; - тест	УК-2.1, УК-10.1
1.3 Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план				5	15	Подготовка к практическому занятию, работа над итоговым проектом	Подготовка к практическому занятию, работа над итоговым проектом - устный	УК-2.2, УК-10.2
1.4 Маркетинг. Оценка рынка				5	20	Подготовка к практическому занятию, работа над итоговым проектом	- устный опрос; - тест	УК-2.1, УК-3.3, УК-10.1
Итого по разделу				20	55			
2. Технологическое предпринимательство								
2.1 Разработка продукта. Product Development. Методы разработки продукта. Оценка технологий.	6			1	5	Подготовка к практическому занятию, работа над итоговым проектом	- устный опрос; - тест	УК-2.1, УК-2.3, УК-3.3

2.2 Выведение продукта на рынок. Customer Development			1		Подготовка к практическом у занятию, работа над итоговым	- устный опрос; - тест	УК-2.1
2.3 Нематериальные активы.Охрана интеллектуальной собственности			2	2,9	Подготовка к практическом у занятию, работа над итоговым	- устный опрос; - тест	УК-3.1, УК-3.2
2.4 Трансфер технологий и лицензирование			1	1	Подготовка к практическом у занятию, работа над итоговым	- устный опрос; - тест	УК-3.1, УК-2.1
2.5 Создание и развитие стартапа			1		Подготовка к практическом у занятию, работа над итоговым	- устный опрос; - тест	УК-2.1
2.6 Научно-исследовательскиеопытно-конструкторскиеработы(НИОКР)			1		Подготовка к практическом у занятию, работа над итоговым	- устный опрос; - тест	УК-2.3, УК-3.3
Итого по разделу			7	8,9			
3. Финансирование. Оценка рисков проекта. Представление проекта. Государственная инновационная политика привлекательности проекта							
3.1 Инструменты привлечения финансирования			1		Подготовка к практическом у занятию, работа над итоговым	- устный опрос; - тест	УК-10.2
3.2 Оценкаинвестиционной привлекательности проекта			2		Подготовка к практическом у занятию, работа над итоговым	- устный опрос; - тест	УК-10.2
3.3 Риски проекта	6		1		Подготовка к практическом у занятию, работа над итоговым	- устный опрос; - тест	УК-2.1
3.4 Презентация проекта			1	5	Подготовка к практическом у занятию, работа над итоговым	- устный опрос; - тест	УК-3.3
3.5 Инновационная экосистема. Государственная инновационная политика			2	5	Подготовка к практическом у занятию, работа над итоговым	- устный опрос; - тест	УК-10.1, УК-10.2
Итого по разделу			7	10			
Итого за семестр			34	73,		зачёт	
Итого по дисциплине			34	73,		зачет	

5 Образовательные технологии

Для реализации предусмотренных видов учебной работы в качестве образовательных технологий в преподавании дисциплины «Технологическое предпринимательство» используются традиционная и модульно - компетентностная технологии.

Для формирования новых теоретических и фактических знаний используются дискуссии - по темам «Способы защиты результатов интеллектуальной деятельности», «Источники финансирования инноваций», «Организационно-правовая форма организаций и режимы налогообложения».

Для приобретения новых фактических знаний и практических умений используются практические занятия:

- практикум;
- разбор результатов тематических самостоятельных работ, анализ ошибок.

Для приобретения новых теоретических и фактических знаний, когнитивных и практических умений используется самостоятельная работа:

- самостоятельное изучение учебной литературы, конспектов лекций;
- подготовка к аудиторным самостоятельным и контрольным работам;
- выполнение индивидуальных домашних заданий.

Для проведения занятий в интерактивной форме:

- ориентация студентов на образовательные интернет-ресурсы.
- работа в команде;
- разработка и защита бизнес-проектов в виде публичной презентации;
- разбор результатов тематических контрольных работ, анализ ошибок, сов-местный поиск вариантов рационального решения проблемы.

В ходе работы над итоговым проектом используется метод проектов.

В ходе работы на практических занятиях используется case – метод. Задачи – ситуации или кейс (от англ. case) — это описание конкретной ситуации или случая в какой-либо сфере: социальной, экономической, медицинской и т. д. Как правило, кейс содержит не просто описание, но и некую проблему или противоречие и строится на реальных фактах. Соответственно, решить такие задачи — это значит проанализировать предложенную ситуацию и найти оптимальное решение.

Информационный проект – учебно-познавательная деятельность с ярко выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации о каком-то объекте, ознакомление участников проекта с этой информацией, ее анализ и обобщение для презентации более широкой аудитории).

В ходе проведения занятий предусматривается использование средств вычислительной техники при выполнении практических работ и проектов.

При изучении дисциплины «Технологическое предпринимательство» используется МООК «Инновационная экономика и технологическое предпринимательство» (<https://openedu.ru/course/ITMOUniversity/INNOEC/#>). В состав курса входит теоретический материал в формате видеоматериалов; практическая часть включает анализ case-study: ситуаций из практической области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений; решение задач; выполнение контрольных заданий и упражнений; тестов.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Вотчель, Л. М. Предпринимательство: теория и практика : учебное пособие / Л. М. Вотчель, М. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2015. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL : <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3860.zip&show=dcatalogues/1/1124029/3860.zip&view=true> (дата обращения: 09.10.2020). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Литовская, Ю. В. Теория и практика бизнес-планирования : учебное пособие / Ю. В. Литовская, О. Г. Трубицына ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - URL: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3249.pdf&show=dcatalogues/1/1137071/3249.pdf&view=true> (дата обращения: 04.10.2019). - Макрообъект. - Текст : электронный.

3. Предпринимательство в информационной сфере [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Г.Н. Исаев. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 288 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=210462> – ISBN 978-5-98281-235-3.

б) Дополнительная литература:

1. Вотчель, Л. М. Предпринимательство как способ коммерциализации инновационных проектов : монография / Л. М. Вотчель, М. В. Кузнецова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - URL: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2736.pdf&show=dcatalogues/1/1132631/2736.pdf&view=true> (дата обращения: 04.10.2019). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Вотчель, Л. М. Риски предпринимательской деятельности : практикум / Л. М. Вотчель, В. В. Викулина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2019. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3810.pdf&show=dcatalogues/1/1529979/3810.pdf&view=true> (дата обращения: 15.10.2019). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

в) Методические указания:

Представлены в Приложении 3.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7 Professional(для классов)	Д-1227-18 от 08.10.2018	11.10.2021
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
STATISTICA в.6	К-139-08 от 22.12.2008	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
----------------	--------

Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Информационная система - Единое окно доступа к	URL: http://window.edu.ru/
Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный институт	URL: http://www1.fips.ru/
Электронная база периодических изданий East View Information	https://dlib.eastview.com/
Российская Государственная библиотека. Каталоги	https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И.	http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp
Федеральный образовательный портал – Экономика.	http://ecsocman.hse.ru/
Университетская информационная система	https://uisrussia.msu.ru
Международная наукометрическая реферативная и полнотекстовая база данных	http://webofscience.com
Международная реферативная и полнотекстовая справочная база	http://scopus.com
Международная база полнотекстовых журналов	http://link.springer.com/
Международная коллекция научных протоколов по	http://www.springerprotocols.com/
Международная база научных материалов в области	http://materials.springer.com/
Международная база справочных изданий по всем отраслям знаний	http://www.springer.com/references
Международная реферативная база данных по чистой и	http://zbmath.org/
Международная реферативная и полнотекстовая справочная база данных научных изданий	https://www.nature.com/siteindex
Архив научных журналов «Национальный электронно-информационный	https://archive.neicon.ru/xmlui/
Информационная система - Нормативные правовые акты, организационно-распорядительные документы, нормативные и методические документы и	https://fstec.ru/normotvorcheskaya/tekhnicheskaya-zashchita-informatsii
Информационная система - Банк данных угроз безопасности	https://bdu.fstec.ru/

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Учебные аудитории для проведения лабораторных (практических) занятий

Персональные компьютеры с операционной системой MS Windows7, с пакетом MSOffice, с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Аудитории для самостоятельной работы, компьютерные классы; читальные залы библиотеки

Персональные компьютеры с операционной системой MS Windows7, с пакетом MSOffice, с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Аудитории для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Персональные компьютеры с операционной системой MS Windows7, с пакетом MSOffice, с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Аудитория для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

Стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

По дисциплине «Технологическое предпринимательство» предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

Аудиторная самостоятельная работа предполагает решение тестовых заданий на практических занятиях.

Примерные аудиторские контрольные работы (АКР):

АКР №1 «Сущность и свойства инноваций. Модели инновационного процесса. Роль предпринимателя в инновационном процессе. Классификация инноваций»

№1. Инновации – это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде (отметьте неправильный вариант):

- А) новых продуктов;
- Б) нового технологического процесса;
- В) нового способа организации производства;
- Г) нового дизайна упаковки продукта.

№2. К обязательным свойствам инноваций не относится:

- А) научно-техническая новизна;
- Б) производственная применимость;
- В) коммерческий потенциал;
- Г) усовершенствованный дизайн.

№3. Что из перечисленного можно отнести к инновационным продуктам и услугам:

- А) схема нового вида летательного аппарата;
- Б) новый цвет (красный) зубных щеток от известной российской компании;
- В) найденный в процессе лабораторных работ студентов новый способ выращивания клеток Chlorophyta;
- Г) выпущенный на рынок новый процессор Intel® Core™ i7 7-го поколения.

№4. Какие этапы не обязательно должна пройти придуманная вами идея, чтобы превратиться в готовый инновационный продукт?

- А) этап прототипа;
- Б) этап патентования;
- В) этап производства;
- Г) этап первых продаж.

№5. К эпохальным инновациям можно отнести:

- А) освоение скотоводства;
- Б) выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE;
- В) новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее - 100 мл);
- Г) смарт-часы Pebble.

АКР №2 «Формирование и развитие команды»

№1. Что из нижеперечисленного не относится к малой группе:

- А) пассажиры поезда;
- Б) работники парикмахерской;
- В) рабочие строительной бригады;
- Г) нет верного ответа.

№2. Что из нижеперечисленного характеризует командного лидера:

- А) харизма;
- Б) умение правильно распределять роли;
- В) либерализм;
- Г) нет верного ответа.

№3. На общий сбор группы пришли не все студенты, сославшись на занятость и пробки. Можно ли считать это проявлением отсутствия командного духа:

- А) однозначно, да;

Б) Да, если время и место было согласовано со всеми заранее;

В) Нет, это объективные причины.

№4. В группе низкая экспансивность, это:

А) мешает сформировать команду;

Б) помогает сформировать команду;

В) никак не скажется на формировании команды.

№5. Работа в команде имеет следующее преимущество:

А) снижает время на принятие решений;

Б) упрощает процесс распределения прибыли;

В) повышает креативность;

Г) нет верного ответа.

АКР №3 «Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план»

№1. Что является основой возникновения бизнес-идеи?

А) возможности;

Б) ценности;

В) получение прибыли;

Г) нет верного ответа.

№2. Бизнес-модель – это:

А) бизнес-идея, оформленная в виде бизнес-плана;

Б) концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли);

В) соотношение спроса и предложения на ценностное предложение на рынке;

Г) нет верного ответа.

№3. Эффективная бизнес-модель определяется следующими параметрами:

А) постоянный поиск новых возможностей, сочетание возможностей рынка и возможностей компании, интегрированность компании в создание цепочки ценностей, умение изменять существующую или создавать новую бизнес-модель в соответствии с новыми возможностями;

Б) эффективное взаимодействие с рынком, поставщиками и конкурентами;

В) эффективное управление, организация операционной деятельности, отличная идея, которую можно кому-нибудь продать;

Г) нет верного ответа.

№4. Шаблон бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье включает в себя следующие блоки:

А) ценности, ценностное предложение, ключевые ресурсы, ключевые процессы, ключевые партнеры, потребители, ключевые конкуренты;

Б) потребительские сегменты, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, ценностное предложение, потоки поступления дохода, ключевые партнеры, основные виды деятельности, ключевые ресурсы, структура издержек;

В) внутренняя среда организации, внешняя среда организации, ценности, структура, цели, процессы, конкуренты, потребители, поставщики;

Г) нет верного ответа.

№5. Стадии бизнес-планирования включают в себя следующие:

А) определение целей бизнеса, целей отделов и каждого сотрудника, оценка результативности деятельности компании, определение показателей эффективности;

Б) стратегическое планирование, среднесрочное планирование, краткосрочное планирование;

В) определение целей, миссии, определение основных видов деятельности и компетенций, составление планов, оценка издержек на производство и реализацию продукции/услуги, оценка рисков;

Г) нет верного ответа.

АКР №4 «Маркетинг. Оценка рынка»

№1. Какие факторы не входят в маркетинговую среду фирмы:

А) макрофакторы и микрофакторы;

Б) микрофакторы и мезофакторы;

- В) мезофакторы и мегафакторы;
- Г) макрофакторы и мегофакторы.

№2. Что такое B2C рынок?

- А) рынок организаций, приобретающих товары и услуги для использования их в процессе производства;
- Б) рынок отдельных лиц и домохозяйств, приобретающих товары и услуги личного потребления;
- В) рынок организаций, приобретающих товары и услуги для последующей перепродажи их с прибылью для себя;
- Г) рынок покупатель-покупателю.

№3. Исследование заключалось в проведении группового интервью модератором в форме групповой дискуссии по заранее разработанному сценарию с небольшой группой «типичных» представителей изучаемой части населения, сходных по основным социальным характеристикам. Это было:

- А) глубинное интервью;
- Б) анализ протокола;
- В) холл-тест;
- Г) фокус-группа.

№4. Что такое time to market?

- А) время, необходимое для вывода продукта на рынок;
- Б) время на развитие рынка;
- В) время на поиск сегмента;
- Г) время для проезда до рынка.

№5. Что такое маркетинг-микс?

- А) набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга;
- Б) набор факторов, влияющих на маркетинг;
- В) комплекс стратегических партнеров;
- Г) секретная формула продукта.

АКР №5 «Разработка продукта. Product Development. Методы разработки продукта. Оценка технологий»

№1. Стадии жизненного цикла товара (выберите ненужное):

- А) выход на рынок;
- Б) спад;
- В) рост;
- Г) зрелость;
- Д) обзвон клиентов.

№2. Преимуществами модели водопада являются (выберите лишний ответ):

- А) очень подробное документирование процесса на каждой стадии;
- Б) требования к продукту четко определены;
- В) снижение требований к квалификации разработчиков;
- Г) страховка от дефектов разработки благодаря жесткому планированию;
- Д) легко измеримые результаты каждой стадии;
- Е) гибкий учет изменяющихся требований клиента на каждой фазе итераций.

№3. Недостатками метода гибкой разработки являются (выберите лишний ответ):

- А) не выглядит так «солидно», как жесткая каскадная схема;
- Б) некоторые клиенты не готовы идти на высокую вовлеченность в процесс разработки;
- В) продукт для демонстрации появляется только на поздних стадиях;
- Г) менее подробная документация и стандартизация продукта.

№4. Основным принципом Теории ограничений является (выберите правильный ответ):

- А) нужно учиться работать в условиях ограниченных ресурсов;
- Б) в системе в каждый момент всегда есть только одно ограничение, только одно узкое место;
- В) ограничение требований на компетенции персонала существенно повышает эффективность производства;

Г) прибыль предприятия ограничена соотношением выручки и издержек.

№5. Расставьте в правильном порядке стадии традиционного жизненного цикла продукта:

- А) изучение рынка;
- Б) разработка продукта;
- В) обслуживание и поддержка;
- Г) вывод на рынок;
- Д) продажи;
- Е) утилизация.

АКР №6 «Выведение продукта на рынок. Customer Development»

№1. Расположите формы потребности в порядке ее развития:

- А) нужда – желание – запрос;
- Б) желание – нужда – запрос;
- В) запрос – нужда – желание.

№2. Какой из этих барьеров на пути осуществления запроса относится к внутренним?

- А) барьер несоответствия воспринимаемых выгод и цены товара (ложное или действительное несоответствие);
- Б) накладываемые семьей;
- В) отсутствие товара;
- Г) нет верного ответа.

№3. Что такое функциональная ценность товара в соответствии с подходом Шета, Ньюмана и Гросса?

- А) воспринимаемая полезность блага, обусловленная специфической ситуацией, в которой находится субъект;
- Б) воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью возбуждать чувства;
- В) воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью играть утилитарную роль;
- Г) нет верного ответа.

№4. Расположите в «классическом» порядке стадии потребительского процесса (процесс покупки):

- А) поиск информации – осознание потребности – оценка альтернатив – покупка – потребление – постпокупочное поведение;
- Б) осознание потребности – поиск информации – оценка альтернатив – покупка – потребление – постпокупочное поведение;
- В) оценка альтернатив – поиск информации – осознание потребности – покупка – потребление – постпокупочное поведение.

№5. В какой ситуации наиболее сильно влияние референтных групп на выбор индивидуальным потребителем товарной группы и товарной марки?

- А) публичных товаров первой необходимости (открытое потребление);
- Б) личных товаров первой необходимости (скрытое потребление);
- В) личных товаров роскоши (скрытое потребление);
- Г) публичных товаров роскоши (открытое потребление).

АКР №7 «Нематериальные активы. Охрана интеллектуальной собственности»

№1. При проведении опытно-конструкторской работы в лаборатории научно-исследовательского института научный сотрудник Матвеев изобрел новое устройство. Заведующий этой лабораторией Карпов потребовал указать в качестве авторов изобретения не только Матвеева, но и его, Карпова, поскольку он осуществлял общее руководство данной работой, контролировал ход ее выполнения и оказывал Матвееву всяческое организационное и материальное содействие, вникал в суть разработки и давал ценные советы. Матвеев согласился на это при условии, что это будет оформлено договором и за это ему будет заплачено. Карпов и Матвеев подписали соглашение, из которого следовало, что стороны признают, что они являются соавторами изобретения, и было дано описание изобретения. Оговоренную сумму Карпов немедленно передал Матвееву. Институт оформил на данное изобретение патент, в котором обладателем исключительного права на изобретение был указан институт, а авторами изобретения были указаны Матвеев и Карпов.

Впоследствии Матвеев поссорился с Карповым и решил добиться исключения указания на авторство Карпова из патента. Выберите правильную юридическую оценку описанной ситуации:

А) ситуация соответствует закону, поскольку интеллектуальные права являются передаваемыми и отчуждаемыми активами. Матвеев не имеет права оспаривать соавторство Карпова;

Б) продажа авторства законом не признается и не защищается. Сделка Карпова и Матвеева ничтожна, потому что заведующий лабораторией не внес никакого личного творческого вклада в создание изобретения и не может считаться автором по закону. Матвеев имеет основания для оспаривания соавторства Карпова;

В) Карпов является соавтором Матвеева в силу закона. Соглашение Карпова и Матвеева является излишним и недействительным. Матвеев не имеет права оспаривать соавторство Карпова и должен вернуть Карпову полученные от него деньги.

№2. Вы провели исследование в области химии, в результате которого открыли новый закон природы, синтезировали ранее не известное вещество и написали об этом научную статью.

Выделите и охарактеризуйте все охраноспособные результаты интеллектуальной деятельности:

- А) научное открытие, новое вещество (изобретение), научная статья (произведение науки);
- Б) новое вещество (изобретение), научная статья (произведение науки);
- В) новое вещество (изобретение) при условии его патентования, научная статья (произведение науки) при условии ее опубликования.

№3. Антонов – единственный автор разработки – раскрыл ее суть в докладе на конференции.

Доклад был опубликован 01 февраля 2016 г. Далее, 18 февраля 2017 г. Антонов обратился к патентному поверенному за услугами по оформлению заявки на регистрацию данной разработки как изобретения в Роспатенте. Патентный поверенный заявил о непатентоспособности данной разработки, поскольку она уже известна из уровня техники, т.к. информация о ней была раскрыта в опубликованном докладе. Прав ли патентный поверенный согласно п. 3 ст. 1350 ГК РФ:

- А) нет, потому что Антонов является единственным автором разработки, поэтому не «конкурирует» сам с собой и эта публикация не может считаться для него вошедшей в уровень техники;
- Б) нет, потому что льготный срок на подачу заявки после раскрытия информации не истек;
- В) да, потому что по закону не имеет значения, кто раскрыл данные о разработке, а льготный срок для подачи заявки после раскрытия информации уже истек.

№4. Общество с ограниченной ответственностью «Старт Ап» подало в Роспатент заявку на получение патента на коммерчески ценную разработку в качестве изобретения. К «Старт Апу» обратилась компания, заинтересованная в использовании данной разработки, с выгодным предложением приобрести временную неисключительную возможность ее использования. Юрист «Старт Апа» разъяснил руководству фирмы, что, по его мнению, в России это невозможно. Прав ли он:

- А) да, потому что лицензирование патентных заявок законодательством не предусмотрено;
- Б) отчасти да, потому что до публикации патентной заявки право использования своей разработки «Старт Ап» может предоставить только в качестве ноу-хау (при условии, что сведения сохранялись в режиме конфиденциальности), а после публикации режим ноу-хау по закону пропадает и до момента получения патента юридический объект пользования отсутствует;
- В) нет, потому что как до, так и после публикации патентной заявки до получения патента «Старт Ап» может предоставлять право использования соответствующей информации, несмотря на то, что отсутствует охраняемый объект интеллектуальной собственности (ноу-хау, изобретение); а если в отношении разработки соблюдался режим конфиденциальности, то это также возможно по договору о предоставлении права использования ноу-хау (но только до публикации заявки, если вся суть такого ноу-хау заключалась в данном изобретении).

№5. Без каких условий лицензионный договор не будет считаться заключенным?

- А) предмет (конкретизация объекта ИС), способы использования объекта ИС, размер вознаграждения за использование ИС (или указание на безвозмездность договора);
- Б) предмет (конкретизация объекта ИС), способы использования объекта ИС, территория использования объекта ИС, срок действия договора, размер вознаграждения за использование ИС (или указание на безвозмездность);

В) способы использования объекта ИС, срок действия договора, ответственность за нарушение договора.

АКР №8 «Трансфер технологий и лицензирование»

№1. Что понимают под трансфером технологий?

- А) формальную передачу прав на использование и коммерциализацию новых изобретений и инноваций от субъекта, выполняющего научные исследования, третьей стороне;
- Б) самостоятельное практическое использование и коммерциализацию технологической разработки субъектом, выполняющим научные исследования, в собственном производстве;
- В) создание объекта интеллектуальной собственности для собственных нужд и дальнейшего применения для перспективных исследований и разработок;
- Г) нет верного ответа.

№2. Можно ли назвать компанию IBM, продающую права на использование технологий, патенты на которые ей принадлежат, патентным троллем?

- А) да;
- Б) нет;
- В) да, но только в случае, если IBM не использует эти технологии в собственной производственной деятельности.

№3. В случае, если Ваша компания разработала изобретение, провела патентный поиск, подала заявку и получила от патентного ведомства уведомление о проведении в отношении изобретения экспертизы по существу, а также получила дату приоритета и номер документа (заявки) на патент на изобретение, а также нашла покупателя на данное изобретение, какого вида договор будет заключен:

- А) патентная лицензия;
- Б) бесплатная лицензия;
- В) гибридная лицензия;
- Г) нет верного ответа.

№4. Какой раздел не является обязательным в лицензионном договоре на использование изобретения, охраняемого патентом в режиме РСТ?

- А) информация об усовершенствованиях, вносимых в технологию, составляющую основу для предмета сделки;
- Б) перечень сотрудников Лицензиата и Лицензиара, имеющих доступ к информации о технологии;
- В) информация о сроке действия договора.

№5. Какой тип лицензии (исключительная или неисключительная) наиболее выгоден для Лицензиара?

- А) простая (неисключительная) лицензия, потому что Лицензиар сможет продать права на разработку и другим покупателям;
- Б) простая (неисключительная) лицензия, потому что цена сделки будет выше, нежели чем при заключении договора исключительной лицензией, ведь объем передаваемых прав значительно больше при простой лицензии;
- В) исключительная лицензия, так как с Лицензиара снимается обязательство по уплате пошлин за поддержание патента в силе.

АКР №9 «Создание и развитие стартапа»

№1. Стартап – это:

- А) недавно появившаяся компания;
- Б) маленькая компания;
- В) новая компания в сфере IT;
- Г) временная организация, созданная для поиска бизнес-модели;
- Д) все ответы верные.

№2. Основные характеристики стартапа:

- А) гибкость и оперативность принятия решений;
- Б) проектная, а не продуктовая составляющая;
- В) воспроизводимая бизнес-модель

Г) масштабируемость;

Д) все ответы верные.

№3. Суть методики HADI-циклов состоит из:

А) гипотеза – действие – данные – выводы;

Б) скрытый режим – активные продажи – сделки – взаимодействие с появившимися клиентами;

В) информирование, «шум» – активное привлечение потребителей – динамичное взаимодействие – возврат отказавшихся потребителей;

Г) создание продукта – поиск потребителей – тестирование каналов – построение бизнес-модели;

Д) нет верного ответа.

№4. Модель SPACE описывает:

А) 5 параметров, характеризующих стартап;

Б) 3 «орбиты», одну из которых необходимо выбрать стартапу для устойчивого развития;

В) модель выбора клиентом продукта, продажную цену, уникальность продукта, описание стартапа как поставщика и количество потенциальных покупателей;

Г) нет верного ответа;

Д) все ответы верные.

№5. Стадии развития стартапа:

А) поиск PRODUCT/MARKET FIT (идея – MVP) - соответствие продукта рынку – рост – «Долина смерти» – укрепление позиций, дальнейший рост – масштабирование, захват рынков – IPO;

Б) идея – PRESEED – SEED – раунд А – раунд В – раунд С – раунд D – IPO;

В) идея – стартап – разработка – тестирование – стабилизация – масштабирование;

Г) зарождение – первая версия продукта – доработка продукта – тестирование бизнес-модели – стабильная монетизация – масштабирование бизнеса (расширение базы клиентов, выход на новые рынки)

Д) нет верного ответа;

Е) все ответы верные.

АКР №10 «Коммерческий НИОКР»

№1. Наибольшая доля открытых инноваций в разработке присутствует в секторе:

А) информационно-коммуникационной;

Б) финансов;

В) энергетики и ЖКХ;

Г) передовых производств;

Д) товаров повседневного спроса.

№2. При расчете расходов по контракту не нужно учитывать расходы на:

А) подготовку отчета;

Б) патентование;

В) ведение бухгалтерии;

Г) защиту диссертаций и публикацию статей;

Д) сопровождение проекта после контракта.

№3. Не являются ключевыми ресурсами для коммерческого НИОКР:

А) компетенции команды;

Б) ученые степени, звания и должности членов команды;

В) права на использование оборудования, информационных баз данных и/или программного обеспечения;

Г) история успешных НИОКР-контрактов команды.

№4. Ценностное предложение – это:

А) предложение, решающее важную проблему клиента;

Б) стоимость контракта в одной из мировых резервных валют;

В) список дорогостоящего оборудования и программного обеспечения, используемого при выполнении НИОКР-контракта;

Г) нет верного ответа.

№5. Не является ключевым правилом проведения переговоров с целью заключения НИОКР-контракта:

- А) мгновенное реагирование на контакт;
- Б) максимально быстрое подключение к переговорам ректора, генерального директора и других высших должностных лиц;
- В) открытость при обсуждении технических деталей;
- Г) личное общение с клиентом.

АКР №11 «Инструменты привлечения финансирования»

№1. Венчурное финансирование относится к:

- А) собственным финансовым средствам;
- Б) заемным финансовым средствам;
- В) привлеченным финансовым средствам;
- Г) внутренним финансовым средствам.

№2. Что из перечисленного не является особенностью бизнес-ангельского финансирования инновационной деятельности?

- А) требование доли в собственности компании;
- Б) вера в команду и идею;
- В) использование собственных средств инвестора;
- Г) предоставление денежных средств на безвозмездной основе.

№3. Что из перечисленного не является особенностью краудфандинга как источника финансирования?

- А) отсутствие географических ограничений;
- Б) контрольный пакет всегда остается за предпринимателем;
- В) эффективность на ранних стадиях развития проекта;
- Г) нет верного ответа.

№4. Среди общих характеристик бизнес-ангелов и венчурных фондов как источников финансирования инновационной деятельности можно выделить следующий признак:

- А) финансируют только компании на стадии start-up;
- Б) являются элементом привлеченных финансовых ресурсов компании;
- В) денежные средства предоставляются на безвозмездной основе;
- Г) нет верного ответа.

№5. Оптимальными источниками финансирования инновационной компании с точки зрения доступности на стадии создания являются:

- А) фондовые рынки;
- Б) личные сбережения;
- В) венчурные фонды;
- Г) нет верного ответа.

АКР №12 «Оценка инвестиционной привлекательности проекта»

№1. Какой показатель отражает экономический интерес инвестора, вкладывающего средства в инновационный проект?

- А) выручка;
- Б) прибыль;
- В) дивиденды;
- Г) нет верного ответа.

№2. Что понимается под нормой дохода, приемлемой для инвестора?

- А) соотношение прибыли и средств, инвестируемых в проект;
- Б) соотношение инвестиционных затрат и прибыли по проекту;
- В) соотношение чистого дисконтированного дохода и средств, инвестируемых в проект;
- Г) нет верного ответа.

№3. Метод анализа точки безубыточности используется для определения:

- А) величины реального среднегодового спроса на продукцию проекта;
- Б) критического объема производства продукции;

В) величины производственно-сбытовых издержек предприятия;

Г) нет верного ответа.

№4. Рентабельность инвестиций определяется как отношение:

А) выручки к величине инвестиционных затрат;

Б) среднегодовой прибыли к сумме вложений в инвестиции;

В) суммы годовых чистых денежных поступлений к сумме чистых инвестиций на начало каждого года;

Г) нет верного ответа.

№5. Дисконтирование представляет собой:

А) процесс расчета будущей стоимости денежных средств инвестируемых сегодня;

Б) определение текущей стоимости денежных средств, планируемых к получению в будущих периодах;

В) финансовая операция, предполагающая регулярный взнос денежных средств для накопления определенной суммы в будущем;

Г) нет верного ответа.

АКР №13 «Риски проекта»

№1. Анализ рисков инновационного проекта представляет собой:

А) часть маркетинговой стратегии компании;

Б) блок стратегического позиционирования будущего бизнеса;

В) вид анализа, позволяющий компании оценить вероятности ухудшения итоговых показателей бизнеса;

Г) нет верного ответа.

№2. Риски забастовок персонала предприятия следует отнести к:

А) рыночным рискам;

Б) технологическим рискам проекта;

В) управленческим и социальным рискам проекта;

Г) нет верного ответа.

№3. Неправильное определение целевой аудитории, неудачная рекламная компания, неправильный прогноз спроса на услуги следует отнести к:

А) рискам внешней среды проекта;

Б) рискам НИОРК;

В) рыночным рискам проекта;

Г) нет верного ответа.

№4. Технические неполадки используемого на производстве электрооборудования, бытовых приборов, сантехнического оборудования следует отнести к:

А) рискам внешней среды проекта;

Б) производственным рискам;

В) рискам НИОКР;

Г) нет верного ответа.

№5. Возникновение недовольства среди жителей района расположением гостиницы, которую Вы построили, следует отнести к:

А) рискам внешней среды проекта;

Б) производственным рискам;

В) технологическим рискам;

Г) управленческим и социальным рискам проекта.

АКР №14 «Презентация предпринимательского проекта»

№1. Чем отличаются лифтовая презентация, презентация идеи и презентация для привлечения инвестиций?

А) временем, в течение которого делается презентация;

Б) во-первых, временем, во-вторых, содержанием, которое можно уложить за соответствующее время;

В) структурой слайдов;

Г) нет верного ответа.

№2. Какие главные критерии используют инвесторы для оценки проектов?

А) объем рынка, количество конкурентов;

Б) объем инвестиций, доходность инвестиций, риски при реализации проекта;

В) оценка опыта команды;

Г) нет верного ответа.

№3. Чем отличается презентация при проблемном интервью от продающей презентации?

А) проблемное интервью имеет целью получить информацию о проблеме клиента от него самого, продающая презентация делается для того, чтобы убедить клиента приобрести продукт;

Б) в проблемном интервью нужно рассказать клиенту о его проблеме, а при проведении продающей презентации нужно рассказать клиенту, как блестяще эта проблема решена;

В) в проблемном интервью задаются вопросы, а в продающей презентации делаются утверждения;

Г) нет верного ответа.

№4. С чего начинать построение структуры презентации?

А) цель;

Б) доказательство;

В) аргумент;

Г) потребность.

№5. Наиболее сильные акценты необходимо расставить при представлении:

А) выводов;

Б) цели;

В) аргументов;

Г) потребностей.

АКР №15 «Инновационная экосистема. Государственная инновационная политика»

№1. К внутренней среде субъектов инновационного процесса относится:

А) инновационная инфраструктура;

Б) инновационный потенциал;

В) бизнес-инкубаторы;

Г) нет верного ответа.

№2. Одним из элементов инновационного потенциала является:

А) стратегический план социально-экономического развития;

Б) интеллектуальные ресурсы (технологическая документация, патенты, лицензии, бизнес-планы по освоению новшеств);

В) арендная плата;

Г) нет верного ответа.

№3. В блок «Источники идей» национальной инновационной системы входят:

А) инновационная инфраструктура;

Б) университеты, лаборатории, научные отделы корпораций;

В) человеческие ресурсы;

Г) технопарки.

№4. В СИР 2020 не заложены следующие приоритеты:

А) обеспечение открытости национальной инновационной системы и экономики, а также интеграция России в мировые процессы создания и использования нововведений;

Б) энергоэффективность и развитие энергетики как ключевой приоритет инновационной политики государства;

В) формирование сбалансированного и устойчиво развивающегося сектора исследований и разработок;

Г) нет верного ответа.

№5. К государственным институтам развития не относятся:

А) ГК «Российская корпорация нанотехнологий»;

Б) Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере;

В) ГК «Росатом»;

Г) нет верного ответа.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся осуществляется в виде изучения учебной и научной литературы по соответствующей теме, подготовки к практическим (семинарским) занятиям, выполнения аналитических домашних заданий, работы над предпринимательским проектом и его презентацией.

Примерные индивидуальные домашние задания (ИДЗ):

ИДЗ №1 «Сущность и свойства инноваций. Модели инновационного процесса. Роль предпринимателя в инновационном процессе. Классификация инноваций»

Аналитические задания:

№1. Приведите примеры новых или усовершенствованных:

- технологических процессов;
- инновационных продуктов - товаров и услуг;
- компании, которая предоставляет своим клиентам инновационные товары и услуги.

№2. Назовите ключевые минусы использования линейной модели инноваций, основанной на гипотезе «технологического толчка» («от науки - к рынку»). Аргументируйте ответ.

ИДЗ №2 «Формирование и развитие команды»

Аналитические задания:

№1. Команда из шести человек трудилась над выполнением одного заказа. При этом каждый затратил 50 человеко-часов. Заказ принес компании 1 200 000 руб. Определите производительность труда каждого сотрудника в расчете на человеко-час.

№2. Вы пришли в компанию по объявлению: «Крупной известной компании, лидеру отрасли, требуются инициативные и креативные сотрудники, опыт работы не обязателен». Вы входите в большое, солидно обставленное, но давно не отремонтированное помещение, где вас встречает строгий и официальный начальник отдела кадров в возрасте около 60 лет. Из разговора вы понимаете, что сейчас компания испытывает трудности, связанные с влиянием кризиса и усилением конкуренции, ваша цель - расширить сферу сбыта компании, причем очевидно, что вам придется часто выезжать в область. Менеджер подчеркивает, что в первый год работы вы должны зарекомендовать себя, и поэтому ваша зарплата будет минимальной. В дальнейшем оплата будет возрастать, причем пропорционально времени работы. Начальник отдела с гордостью сообщает, что большинство сотрудников компании работают в ней с момента ее основания в 1992 году. График работы с 09:00 до 18:00. Особо указывается, что в компании ежедневно проводятся планерки у генерального директора в 18:00, на которых каждый сотрудник отчитывается в том, что сделано за день. Пропуск такой планерки карается штрафом, неоднократный пропуск - увольнением. В 09:00 ежедневно аналогичные совещания проводят начальники отделов, на них каждому сотруднику дается конкретное задание на день, которое он должен выполнить.

Проанализируйте данную организацию и аргументированно ответьте на следующие вопросы:

- На какой тип лидерства ориентирована данная компания?
- Можно ли сказать, что в компании сформирован командный дух?
- Можно ли эту компанию назвать проектно-ориентированной?
- Соответствует ли истине объявление о найме сотрудников - этой компании действительно нужны креативные и инициативные сотрудники?

ИДЗ №3 «Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план»

Аналитические задания:

№1. Компания X-rank (численность - пять человек) выводит на рынок услугу, связанную с поиском пропавших вещей. Уникальность услуги заключается в специальном программном обеспечении, позволяющем со смартфона или планшета устанавливать связь с потерянной вещью без специальных устройств. Суть технологии заключается в создании базы данных физических свойств объекта (материал, температура, размер, масса и т. п.). Посредством специально установленного приложения любое мобильное устройство может сканировать внешнюю среду по заданным параметрам и находить утерянную вещь. Сформулируйте основные элементы бизнес-модели в соответствии с концепцией М. Джонсона, К. Кристенсена и Х. Кагерманна:

- ценностное предложение;
- формула прибыли;
- ключевые ресурсы;
- ключевые процессы.

№2. Компания WonderMe производит мелкую бытовую технику и электронику в особом, необычном дизайне (например, универсальный пульт дистанционного управления в форме сэндвича, компьютерную мышь, оформленную как чучело настоящей мыши, наушники в форме змей и т. п.). Уникальность предложения заключается в работе по индивидуальным требованиям и желаниям заказчика, т. е. имеющаяся собственная технология на основе 3D-принтинга позволяет создать практически любой дизайн любого небольшого технического устройства. Компания хочет выйти на новый уровень развития, в том числе на международный рынок. Определите:

- основной вид деятельности компании WonderMe;
- ценностное предложение компании WonderMe;
- ключевые краткосрочные и долгосрочные цели компании;
- состав ресурсов для достижения долгосрочных целей;
- основные риски при реализации целей.

ИДЗ №4 «Маркетинг. Оценка рынка»

Аналитические задания:

№1. Выясните, какой тип информации необходимо в первую очередь получить во время маркетингового исследования, если:

- компания разработала прототип робота для помощи мамам грудных детей, у которых ребенок всегда на руках. Робот может быть использован для нарезания, помешивания еды, вытирания со стола. Компания стремится определить, насколько потребительские характеристики робота устраивают потенциальных потребителей;
- компания разрабатывает домашние гидропонные системы. Необходимо выяснить, какой максимальный объем рынка возможен в исследуемом регионе.

№2. Приведите примеры компаний в сфере высоких технологий, работающих на следующих рынках:

- B2C и B2B одновременно;
- B2B и B2G одновременно.
- рынок P2P, B2C и международный рынок одновременно.

Аргументируйте ответ.

ИДЗ №5 «Разработка продукта. Product Development. Методы разработки продукта. Оценка технологий»

Аналитические задания:

№1. На этапе финальной полировки при производстве турбинных лопаток во всем мире используется ручной труд. Это связано с тем, что задача программирования робота, способного учитывать различные факторы (гибкость полировочной ленты, исходные шероховатости поверхности и пр.) для адаптивного управления обработкой, в мире пока не решена.

Санкт-Петербургская компания «Роботикум» разработала сложные нелинейные алгоритмы обратной связи, которые позволяют создать роботизированную ячейку для полировки турбинных лопаток. В настоящее время работоспособность алгоритмов продемонстрирована на примере модели «бабочка» - управление удержанием шарика на поверхности сложной формы, с которой шарик скатывается.

Определите, какой из способов разработки продукта предпочтителен для компании «Роботикум».

Аргументируйте ответ.

№2. В рамках описанного выше в кейсе «Роботикум» проекта сформулируйте ограничение производственной или бизнес-системы клиента, которое снимается с помощью продукта проекта.

ИДЗ №6 «Выведение продукта на рынок. Customer Development»

Аналитические задания:

№1. На рынок России выводится новая модель мобильного телефона. Товар ориентирован на возрастную группу подростков и взрослых от 13 до 45 лет. Позиционируется как самый легкий и

тонкий смартфон в мире, бренд неизвестен, производство - Южная Корея. Стоимость 36 000 руб. за единицу (одна комплектация).

Продумайте коммуникационные действия (реклама, PR, стимулирующие программы), активизирующие осознание потребности в подобном товаре.

№2. Компания X разработала технологию управления скутером без участия человека: задается маршрут, и скутер доставляет человека до указанного места. Прямых конкурентов у продукта нет. Разработанный скутер планируется выводить на рынок по цене, на 50% превышающей среднюю цену скутеров, представленных на рынке в настоящее время. Данный продукт будет реализовываться только в крупных городах через шоу-румы компании X. Концепция позиционирования может быть охарактеризована как «Восьмое чудо света». Планируется активное продвижение с использованием массовых медиаканалов.

Смоделируйте потребность в рассматриваемом товаре и определите гипотетические барьеры.

ИДЗ №7 «Нематериальные активы. Охрана интеллектуальной собственности»

Аналитические задания:

№1. Российская коммерческая организация, применяющая общую систему налогообложения, приобрела по договору у украинского предприятия право использования рационализаторского предложения, которое было сделано работником этого предприятия и оформлено всеми документами, которые требуются для этого по законодательству Украины. Договор был оформлен в полном соответствии с общими требованиями российского и украинского законодательства к договорам об отчуждении исключительного права на объект интеллектуальной собственности, однако стороны не учли то, что законодательство Украины не дает возможности предприятию предоставлять право использования рационализаторских предложений третьим лицам (глава 41 Гражданского кодекса Украины). При проведении проверки российская налоговая инспекция не согласилась с обоснованностью включения российской организацией данных расходов в состав расходов, уменьшающих базу по налогу на прибыль организаций, и начислила российской организации налог, штраф и пени.

Выясните, права ли налоговая инспекция. Аргументируйте ответ.

№2. В связи с выполнением конкретного задания работодателя работник-инженер в нерабочее время 28 сентября 2016 г. разработал устройство для спутникового мониторинга местоположения групп и отдельных людей, о чем письменно уведомил работодателя. Работодатель ничего работнику по поводу этой разработки не сообщал, а 24 февраля 2017 г. подал в отношении нее в Роспатент заявку на выдачу патента на полезную модель, указав работника в качестве автора и выплатив ему вознаграждение, оговоренное в трудовом договоре. Впоследствии патент работодателю на эту полезную модель был выдан, работодатель принял исключительное право на нее к бухгалтерскому учету и предоставил право ее использования своему партнеру, который начал производство таких устройств.

Определите:

- вправе ли инженер оспаривать выдачу патента;
- требовать от работодателя компенсаций за нарушение исключительного права инженера на данную разработку.

ИДЗ №8 «Трансфер технологий и лицензирование»

№1. Научное предприятие «Полимер» является правообладателем технологии получения и применения сорбирующих полимерных материалов многофункционального назначения, в том числе способных удерживать и своевременно отдавать жидкость (получен патент на изобретение в 2013 г.). Расходы на разработку технологии составили 15,5 млн руб. В 2015 г. компания «Агропромышленные технологии будущего» обратилась к предприятию «Полимер» с запросом на коммерческое предложение по решению проблемы полива в засушливых регионах страны. В 2017 г. выяснилось, что компании «Агропромышленные технологии будущего» требуется проведение дополнительных НИОКР для усовершенствования технологии, правообладателем которой является «Полимер», и она готова разместить соответствующий заказ.

Продумайте, какую схему целесообразно выбрать предприятию «Полимер» для работы с потенциальным заказчиком. Аргументируйте ответ.

№2. Продумайте, какими форматами целесообразно обеспечить структуру сделки для описанного выше кейса «Полимер» и мотивируйте свой выбор.

ИДЗ №9 «Создание и развитие стартапа»

№1. Приведите примеры компаний / успешных стартапов, созданных их основателями во время учебы в университете.

№2. Сформулируйте несколько гипотез для проекта создания открытого СМИ о потребностях целевого сегмента аудитории - журналистов, которых планируется привлекать для создания контента, в том числе платного.

ИДЗ №10 «Коммерческий НИОКР»

№1. Компания X при крупном университете в России разработала и коммерциализует технологию радикального повышения износостойчивости металлических деталей путем специальной обработки поверхности. После обработки срок службы деталей увеличивается в восемь раз, а также резко уменьшается трение поверхностей. В качестве стартового компания выбрала рынок автомобильных запчастей - один из наиболее массовых рынков.

Объясните, почему на рынке автомобильных запчастей компании X вряд ли удастся добиться успеха.

№2. Для компании X, кратко охарактеризованной выше, сформулируйте гипотезу о том, на каких рынках и для каких клиентов данная технология может быть востребована. Аргументируйте ответ.

ИДЗ №11 «Инструменты привлечения финансирования»

№1. Выясните, какой вариант привлечения заемного финансирования в сумме 1000 тыс. руб. на 3 года лучше:

- под простую процентную ставку 18% годовых;
- под сложную процентную ставку 15% годовых.

№2. В ходе подготовки обоснования предпринимательского проекта были рассмотрены условия снабжения производства необходимыми материалами и условия сбыта готовой продукции.

Материалы, используемые в производстве, будут оплачены 50 % в текущем месяце, 50 % – в следующем. Запас сырья и материалов создается на месяц. Продукция будет реализована в том же месяце в кредит с оплатой покупателями через два месяца. Месячная периодичность закупок материалов и вывоза готовой продукции сохранится на весь период жизни проекта. Ежемесячный расход сырья и материалов составляет 1 200 тыс. руб.; ежемесячные продажи готовой продукции – 2 400 тыс. руб.

Определите необходимую сумму финансовых средств, инвестируемых в предстоящем периоде в оборотный капитал.

ИДЗ №12 «Оценка инвестиционной привлекательности проекта»

№1. Оцените уровень эффективности проекта, предполагающего приобретение оборудования, с двухлетним сроком реализации, используя показатель NPV, если инвестиционные затраты составляют 1050 тыс. руб., дисконтная ставка – 12 %, величина чистого денежного потока за первый год – 550 тыс. руб. и за второй год – 680 тыс. руб.

№2. Рассчитайте средневзвешенную стоимость капитала по данным таблицы и сделайте вывод о целесообразности планируемых вложений средств в предпринимательский проект, внутренняя норма доходности которого составляет 22 %.

Наименование источника средств	Средняя стоимость источника средств, %	Удельный вес данного источника средств в пассиве
Привилегированные акции	10,0	0,4
Обыкновенные акции и нераспределенная прибыль	25,0	0,1
Заемные средства	30,0	0,5

ИДЗ №13 «Риски проекта»

№1. Имеются следующие данные по проекту. Вероятность того, что реальная цена продажи продукта инновационного проекта «Бельвита» изменится, т. е. станет больше, меньше или равна

плановой, оценивается экспертами как, соответственно, 30, 30 и 40%. Если цена все же окажется меньше плановой, то, по мнению экспертов, с вероятностью 60% отклонение будет не более -10%, с вероятностью 30% - от -10 до -20% и с вероятностью 10% - от -20 до -30%. Аналогичным образом анализируем отклонения в положительную сторону: с вероятностью 60% отклонение будет не более +10%, с вероятностью 30% - от +10 до +20% и с вероятностью 10% - от +20 до +30%.

Отклонения более 30% в любую сторону эксперты оценивают как маловероятные. NPV проекта составляет 709 тыс. руб. Кроме того, известно, что изменение цены реализации на -30% приведет к сокращению NPV проекта на 7825 тыс. руб., изменение цены реализации на -20% приведет к сокращению NPV проекта на 5585 тыс. руб., изменение цены реализации на -10% приведет к сокращению NPV проекта на 2941 тыс. руб. Рост цены проекта на 30% приведет к росту NPV проекта на 7430 тыс. руб., рост цены проекта на 20% приведет к росту NPV проекта на 4631 тыс. руб., рост цены проекта на 10% приведет к росту NPV проекта на 2906 тыс. руб.

На основе приведенной информации составьте «дерево вероятностей», рассчитайте итоговую вероятность отклонения цены реализации от планового значения, суммарный риск по NPV по инновационному проекту «Бельвита», а также ожидаемую величину NPV, скорректированную на риск, связанный с изменением цены реализации.

№2. Определите, к какому типу рисков относятся:

- появление цифровой фотографии, приведшей к резкому сокращению рынка химической фотографии;
- непопадание продукта в ожидания потенциальной аудитории, что приводит к низкому спросу на продукцию;
- недостаточный опыт руководителя проекта, который приведет к критичным последствиям с точки зрения запуска бизнеса.

ИДЗ №14 «Презентация предпринимательского проекта»

№1. Посмотрите материал об эффективной презентации - фрагмент фильма «История рыцаря» (<https://www.youtube.com/watch?v=5XFzn6LVg2c>).

Определите, что в этой презентации удерживает внимание слушателей. Аргументируйте ответ.

№2. Продумайте «лифтовую презентацию» для компании X, которая занимается разработкой электронной техники.

ИДЗ №15 «Инновационная экосистема. Государственная инновационная политика»

№1. В соответствии с концепцией «тройной спирали», новая роль университетов выражается в том, что они берут на себя функции бизнес-сообщества.

Приведите подобные примеры и поясните, в чем выражается ведущая роль университета как лидера отношений с бизнесом и государством.

№2. Проанализировав особенности функционирования бизнес-инкубатора, расположенного на территории Челябинской области (бизнес-инкубатор – выбор обучающегося), определите:

- есть ли у этого бизнес-инкубатора специализация;
- какие условия, услуги и льготы предоставляет бизнес-инкубатор для своих резидентов;
- какие требования предъявляются к резидентам.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
УК-2 способностью 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	<p>Определяет круг задач в рамках поставленной цели и предлагает способы их решения и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта</p>	<p><i>«Нематериальные активы. Охрана интеллектуальной собственности»</i></p> <p>№1. При проведении опытно-конструкторской работы в лаборатории научно-исследовательского института научный сотрудник Матвеев изобрел новое устройство. Заведующий этой лабораторией Карпов потребовал указать в качестве авторов изобретения не только Матвеева, но и его, Карпова, поскольку он осуществлял общее руководство данной работой, контролировал ход ее выполнения и оказывал Матвееву всяческое организационное и материальное содействие, вникал в суть разработки и давал ценные советы. Матвеев согласился на это при условии, что это будет оформлено договором и за это ему будет заплачено. Карпов и Матвеев подписали соглашение, из которого следовало, что стороны признают, что они являются соавторами изобретения, и было дано описание изобретения. Оговоренную сумму Карпов немедленно передал Матвееву. Институт оформил на данное изобретение патент, в котором обладателем исключительного права на изобретение был указан институт, а авторами изобретения были указаны Матвеев и Карпов. Впоследствии Матвеев поссорился с Карповым и решил добиться исключения указания на авторство Карпова из патента. Выберите правильную юридическую оценку описанной ситуации:</p> <p>А) ситуация соответствует закону, поскольку интеллектуальные права являются передаваемыми и отчуждаемыми активами. Матвеев не имеет права оспаривать соавторство Карпова;</p> <p>Б) продажа авторства законом не признается и не защищается. Сделка Карпова и Матвеева ничтожна, потому что заведующий лабораторией не внес никакого личного творческого вклада в создание изобретения и не может считаться автором по закону. Матвеев имеет основания для оспаривания соавторства Карпова;</p> <p>В) Карпов является соавтором Матвеева в силу закона. Соглашение Карпова и Матвеева является излишним и недействительным. Матвеев не имеет права оспаривать соавторство Карпова и должен вернуть Карпову полученные от него деньги.</p> <p>№2. Вы провели исследование в области химии, в результате которого открыли новый закон природы, синтезировали ранее не известное вещество и написали об этом научную статью. Выделите и охарактеризуйте все охраноспособные результаты интеллектуальной деятельности:</p> <p>А) научное открытие, новое вещество (изобретение), научная статья (произведение науки);</p> <p>Б) новое вещество (изобретение), научная статья (произведение науки);</p> <p>В) новое вещество (изобретение) при условии его патентования, научная статья (произведение науки) при условии ее опубликования.</p> <p>№3. Антонов – единственный автор разработки – раскрыл ее суть в докладе на конференции. Доклад был опубликован 01 февраля 2016 г. Далее, 18 февраля 2017 г. Антонов обратился к патентному поверенному за услугами по оформлению заявки на регистрацию данной разработки как изобретения в Роспатенте. Патентный поверенный заявил о непатентоспособности данной разработки, поскольку она уже известна из уровня техники, т.к. информация о ней была раскрыта в опубликованном докладе. Прав ли патентный поверенный согласно п. 3 ст. 1350 ГК РФ:</p> <p>А) нет, потому что Антонов является единственным автором</p>

		<p>разработки, поэтому не «конкурирует» сам с собой и эта публикация не может считаться для него вошедшей в уровень техники;</p> <p>Б) нет, потому что льготный срок на подачу заявки после раскрытия информации не истек;</p> <p>В) да, потому что по закону не имеет значения, кто раскрыл данные о разработке, а льготный срок для подачи заявки после раскрытия информации уже истек.</p> <p>№4. Общество с ограниченной ответственностью «Старт Ап» подало в Роспатент заявку на получение патента на коммерчески ценную разработку в качестве изобретения. К «Старт Апу» обратилась компания, заинтересованная в использовании данной разработки, с выгодным предложением приобрести временную неисключительную возможность ее использования. Юрист «Старт Апа» разъяснил руководству фирмы, что, по его мнению, в России это невозможно. Прав ли он:</p> <p>А) да, потому что лицензирование патентных заявок законодательством не предусмотрено;</p> <p>Б) отчасти да, потому что до публикации патентной заявки право использования своей разработки «Старт Ап» может предоставить только в качестве ноу-хау (при условии, что сведения сохранялись в режиме конфиденциальности), а после публикации режим ноу-хау по закону пропадает и до момента получения патента юридический объект пользования отсутствует;</p> <p>В) нет, потому что как до, так и после публикации патентной заявки до получения патента «Старт Ап» может предоставлять право использования соответствующей информации, несмотря на то, что отсутствует охраняемый объект интеллектуальной собственности (ноу-хау, изобретение); а если в отношении разработки соблюдался режим конфиденциальности, то это также возможно по договору о предоставлении права использования ноу-хау (но только до публикации заявки, если вся суть такого ноу-хау заключалась в данном изобретении).</p> <p>№5. Без каких условий лицензионный договор не будет считаться заключенным?</p> <p>А) предмет (конкретизация объекта ИС), способы использования объекта ИС, размер вознаграждения за использование ИС (или указание на безвозмездность договора);</p> <p>Б) предмет (конкретизация объекта ИС), способы использования объекта ИС, территория использования объекта ИС, срок действия договора, размер вознаграждения за использование ИС (или указание на безвозмездность);</p> <p>В) способы использования объекта ИС, срок действия договора, ответственность за нарушение договора.</p> <p><i>№8 «Трансфер технологий и лицензирование»</i></p> <p>№1. Что понимают под трансфером технологий?</p> <p>А) формальную передачу прав на использование и коммерциализацию новых изобретений и инноваций от субъекта, выполняющего научные исследования, третьей стороне;</p> <p>Б) самостоятельное практическое использование и коммерциализацию технологической разработки субъектом, выполняющим научные исследования, в собственном производстве;</p> <p>В) создание объекта интеллектуальной собственности для собственных нужд и дальнейшего применения для перспективных исследований и разработок;</p> <p>Г) нет верного ответа.</p> <p>№2. Можно ли назвать компанию IBM, продающую права на использование технологий, патенты на которые ей принадлежат, патентным троллем?</p> <p>А) да;</p> <p>Б) нет;</p> <p>В) да, но только в случае, если IBM не использует эти технологии в собственной производственной деятельности.</p> <p>№3. В случае, если Ваша компания разработала изобретение, провела патентный поиск, подала заявку и получила от патентного ведомства уведомление о проведении в отношении изобретения экспертизы</p>
--	--	---

		<p>по существу, а также получила дату приоритета и номер документа (заявки) на патент на изобретение, а также нашла покупателя на данное изобретение, какого вида договор будет заключен:</p> <p>А) патентная лицензия; Б) бесплатная лицензия; В) гибридная лицензия; Г) нет верного ответа.</p> <p>№4. Какой раздел не является обязательным в лицензионном договоре на использование изобретения, охраняемого патентом в режиме РСТ?</p> <p>А) информация об усовершенствованиях, вносимых в технологию, составляющую основу для предмета сделки; Б) перечень сотрудников Лицензиата и Лицензиара, имеющих доступ к информации о технологии; В) информация о сроке действия договора.</p> <p>№5. Какой тип лицензии (исключительная или неисключительная) наиболее выгоден для Лицензиара?</p> <p>А) простая (неисключительная) лицензия, потому что Лицензиар сможет продать права на разработку и другим покупателям; Б) простая (неисключительная) лицензия, потому что цена сделки будет выше, нежели чем при заключении договора исключительной лицензии, ведь объем передаваемых прав значительно больше при простой лицензии; В) исключительная лицензия, так как с Лицензиара снимается обязательство по уплате пошлин за поддержание патента в силе.</p>
УК-2.2	<p>Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм</p>	<p>Примерные практические задания для зачета</p> <p>1. Поясните, к какой гипотезе и к какой модели инновационного процесса – «push» или «pull» относятся процессы, связанные с созданием:</p> <ul style="list-style-type: none"> - светодиодного фонаря; - нержавеющей стали; - кондиционера; - DVD-дисков. <p>2. Используя схему, изображенную ниже, раскройте императивные отличия предпринимателя от менеджера, промоутера и изобретателя. Определите, в чем разница между ними по следующим направлениям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мотивация их действий; - методы реализации новой идеи; - использование ресурсов, формы и методы привлечения необходимых ресурсов, ответственность; - отношение к организационной структуре. <div data-bbox="678 1451 997 1747" data-label="Diagram"> </div> <p>Рис. Матрица «Креативность – управленческие навыки»</p> <p>3. Проанализируйте и сравните, какое влияние на существующие рынки оказывают радикальные (базисные) и улучшающие (поддерживающие) инновации. Охарактеризуйте инновации, приведенные ниже, в зависимости от глубины вносимых изменений:</p> <ul style="list-style-type: none"> - новая операционная система Windows 10, расширяющая возможности пользователя, в том числе сетевые, развитие технологий защиты и безопасности.; - криптовалюта, представляющая собой цифровой актив, учет которого

децентрализован, актив защищен от подделки или кражи за счет использования криптографии и распределенной компьютерной сети.

4. Выясните, какой тип информации необходимо в первую очередь получить во время маркетингового исследования, если:

- компания, занимающаяся разработкой приложения по доставке еды, нашла уникальную на рынке нишу - приготовление и доставка домашней еды по запросу соседей;
- компания оценивает возможность открытия завода и переноса производства на локальный рынок для большего его освоения.

5. В ходе подготовки обоснования предпринимательского проекта были рассмотрены условия снабжения производства необходимыми материалами и условия сбыта готовой продукции. Материалы, используемые в производстве, будут оплачены 60 % в текущем месяце, 40 % – в следующем. Запас сырья и материалов создается на месяц. Продукция будет реализована в том же месяце в кредит с оплатой покупателями через два месяца. Месячная периодичность закупок материалов и вывоза готовой продукции сохранится на весь период жизни проекта. Ежемесячный расход сырья и материалов составляет 1 500 тыс. руб.; ежемесячные продажи готовой продукции – 2 600 тыс. руб. Определите необходимую сумму финансовых средств, инвестируемых в предстоящем периоде в оборотный капитал.

6. Оцените уровень эффективности проекта, предполагающего приобретение оборудования, с двухлетним сроком реализации, используя показатели NPV и PI, если инвестиционные затраты составляют 1500 тыс. руб., дисконтная ставка – 11 %, величина чистого денежного потока за первый год – 950 тыс. руб. и за второй год – 600 тыс. руб.

7. Команда из семи человек трудилась над выполнением одного заказа. При этом каждый затратил 40 человеко-часов. Заказ принес компании 2000 млн. руб. Определите производительность труда каждого сотрудника в расчете на человеко-час.

8. Продумайте «презентацию идеи (Idea Pitch)» для компании X, которая разработала технологию управления скутером без участия человека.

9. Укажите, какие из представленных ниже слайдов РРТ-презентации предпринимательского проекта нарушают правила питч-сессии. Аргументируйте ответ.



		
УК-2.3	Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированным и результатами и представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования	Разработанный и защищенный групповой и, или индивидуальный проект, выполненный в соответствии со всеми требованиями.
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде		
УК-3.1:	Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; строит продуктивное взаимодействие с учетом норм и установленных правил командной работы	<p>Перечень вопросов к зачету:</p> <p>Определение технологического предпринимательства и предпринимателя. Инновационная направленность предпринимательской деятельности. Формы и виды предпринимательской деятельности. Сущность и свойства инноваций. Модели инновационного процесса Роль предпринимателя в инновационном процессе. Классификация инноваций</p> <p>Характеристика и этапы предпринимательского процесса. Формирование и развитие команды</p> <p>Бизнес-идея, критерии выбора и методы оценки бизнес-идеи, бизнес-модель, бизнес-план</p> <p>Лицензирование предпринимательской деятельности: сущность, цель, задачи.</p> <p>Маркетинг. Оценка рынка, продвижение продукции и услуг.</p> <p>Критерии выбора формы деятельности.</p> <p>Критерии выбора фирменного наименования.</p> <p>Товарный знак (знакобслуживания).</p> <p>Разработка продукта. Product Development. Методы разработки продукта. Оценка технологий.</p> <p>Выведение продукта на рынок. Customer Development</p> <p>Нематериальные активы. Охрана интеллектуальной собственности</p> <p>Инструменты привлечения финансирования. Государственные источники финансирования. Внебюджетные источники финансирования. Негосударственные источники финансирования. Коммерческие источники финансирования. Венчурный капитал.</p> <p>Оценка инвестиционной привлекательности проекта</p> <p>Риски проекта</p> <p>Презентация проекта</p> <p>Инновационная экосистема. Государственная инновационная политика. Инкубаторы, технопарки, технополисы, инновационно технологические центры и комплексы</p> <p>Стратегическое планирование деятельности предприятия.</p> <p>Формирование банка идей развития предприятия.</p>
УК-3.2:	При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе	<p>Особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности.</p> <p>Методы социального взаимодействия.</p> <p>Особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности.</p>

	учитывает особенности поведения и интересы других участников, анализирует возможные последствия личных действий	Методы социального взаимодействия.
УК-3.3:	Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели	анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и в командной работе; выстраивать продуктивное взаимодействие в команде; осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности		
УК-10.1:	Понимает экономические законы, категории и принципы, возможности их использования в различных областях жизнедеятельности	Понимать понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики. Уметь использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели
УК-10.2:	Использует экономические знания для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности	Обладать навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и 10 финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине «Технологическое предпринимательство» включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме зачета.

Зачет по данной дисциплине может проводиться в устной форме по билетам, каждый из которых включает один теоретический вопрос и одно практическое задание. Зачет может проводиться на основании конкретного результата освоения дисциплины «Технологическое предпринимательство»: разработанный и защищенный групповой и, или индивидуальный проект, выполненный в соответствии со всеми требованиями.

Показатели и критерии оценивания зачета:

– на оценку «зачтено» – обучающийся демонстрирует высокий или средний уровень сформированности компетенций, всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, свободно выполняет практические задания, свободно оперирует знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности;

– на оценку «незачтено» – обучающийся демонстрирует знания не более 20%

Методические указания к практическим работам

Предпринимательство является одной из наиболее активных форм экономической деятельности. Предприниматели не всегда знают, продадут ли они все свои товары и услуги, и насколько это будет выгодным. Предприниматели идут на риск, они всегда в поиске улучшений, новизны и развития. Поэтому очень важно на занятиях по курсу "Технологическое предпринимательство" развивать у студентов самостоятельность, инициативу, ответственность, способность идти на риск и компромиссы.

Целью данных методических указаний является сведение в единый комплекс разнообразных задач, тестов, ситуаций, адекватно отражающих содержание предпринимательской деятельности, выражающих действие экономических законов рыночного хозяйства в предпринимательской деятельности и развивающих у студентов самостоятельность и инициативу, необходимые для успешной предпринимательской деятельности

ЦЕЛЬ практических работ:

обучающая:

- проведение практических работ призвано помочь обучающимся глубже освоить основные понятия предпринимательства, научиться применять полученные знания при решении практических задач в повседневной жизни,
- выполнение заданий практических работ помогает обучающимся легче овладеть предпринимательской терминологией;

воспитывающая:

- изучение типов профессиональной предпринимательской деятельности;
- умения самостоятельно анализировать ситуацию на рынке хозяйствующих субъектов;
- умения работать в группе;
- умения руководить творческими группами.

Методические указания включают в себя 15 практических работ по следующим темам:

1. Организационно-правовые формы юридических лиц
2. Виды предпринимательской деятельности
3. Особенности и характеристики различных видов сделок
4. Договор – основа сделки
5. Организация финансирования предпринимательской деятельности
6. Финансово-экономическая деятельность малого предприятия
7. Коммерческие связи между партнерами. Франчайзинг
8. Венчурный бизнес
9. Деловая этика. Имидж предпринимателя
10. Корпоративная культура и этикет предпринимателя
11. Организация деловых контактов
12. Культура речи и внешний облик делового человека.
13. Моральные аспекты предпринимательства
14. Планирование в малом бизнесе. Бизнес-план
15. Финансовое планирование в предпринимательской деятельности

Каждая практическая работа содержит следующие части:

- название практической работы,
- раздел и тему рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении практической работы,
- краткие теоретические сведения по конкретной теме,
- контрольные вопросы,
- задания,
- структуру отчета практической работы.

Для практических работ подготовлена рабочая тетрадь с индивидуальными заданиями для обучающихся.

Методические указания к практическим работам по предмету «Основы предпринимательства» могут использоваться в учебном процессе образовательных учреждений СПО по специальности 080214 Операционная деятельность в логистике.

Практическая работа 1

Организационно-правовые формы юридических лиц

1. Цель работы

1. Ознакомиться с понятиями «предпринимательская деятельность», «предпринимательская структура».
2. Рассмотреть формы предпринимательства и их особенности.
3. Выбирать необходимую форму предпринимательства для конкретного вида деятельности.

2 Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы

Раздел 2 Организация предпринимательской деятельности

Тема 2.1 Организационно-правовые формы предпринимательства

3. Краткие теоретические сведения

Развитие предпринимательства играет незаменимую роль в достижении экономического успеха, высоких темпов роста промышленного производства. Оно является основой инновационного, продуктивного характера экономики. Чем больше хозяйствующих субъектов имеют возможность проявить свою инициативу и творческие способности, тем меньше разрыв между потенциальными и фактическими результатами развития. Освоение инновационного экономического роста невозможно в условиях искусственного ограничения созидательной творческой стихии, свободы хозяйственной инициативы, необходимой для этого мобильности всех производственных ресурсов. Предпринимательство обеспечивает освоение новых перспективных производств, способствует "вымыванию" устаревших.

Оно способствует развитию конкуренции и "маркетизации", а также увеличению "открытости" национальной экономики, развитию ввоза и вывоза капитала.

Предпринимательство создает механизмы координации, выработки стратегии развития через рынок и конкуренцию, связи между хозяйствующими субъектами. Таким образом, предпринимательство как субъект хозяйствования и особый творческий тип экономического поведения составляет неотъемлемое свойство всех факторов достижения экономического успеха.

Важнейшим признаком предпринимательства является *самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов*. В основе их поведения лежат внутренние побуждения. Каждый человек, становясь предпринимателем, самостоятельно решает все вопросы деятельности своего предприятия исходя из экономической выгоды и рыночной конъюнктуры.

В тесном единстве с самостоятельностью находится *принцип личной экономической заинтересованности и ответственности*. Собственная выгода является движущим фактором предпринимательской деятельности, но хозяйствующий субъект, преследуя свои собственные интересы, работает на общественные.

4. Контрольные вопросы

1. Какими параметрами характеризуется предпринимательская структура?
2. Что такое юридическое лицо?
3. Что такое ИП?

5. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Дать определение понятиям п.1.1.

3. Дать определение понятию некоммерческие организации, и какие организации к ним относятся.
4. Охарактеризовать организационно-правовые формы коммерческих организаций.

6 Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;
- 6.5 Выполнение работы.

Практическая работа 2

Виды предпринимательской деятельности

1. Цель работы

1. Рассмотреть виды ПД, их классификацию.
2. Анализировать различные виды предпринимательства.
3. Ознакомиться с понятиями «коммерческий банк» и «фондовая биржа».

2 Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы

Раздел 2 Организация предпринимательской деятельности

Тема 2.2 Виды предпринимательской деятельности

3 Краткие теоретические сведения

Производственное предпринимательство - является ведущим видом предпринимательства. Здесь осуществляется производство продукции, товаров, работ, оказываются услуги, создаются определенные духовные ценности. К производственному предпринимательству относятся инновационная, научно-техническая деятельность, производство товаров и услуг, производственное их потребление, а также информационная деятельность в этих областях. Любой предприниматель, вознамерившийся заняться производственной деятельностью, прежде всего должен определить, какие конкретно товары он будет производить, какие виды услуг намерен оказывать. Далее предприниматель приступает к маркетинговой деятельности. Для выявления потребности в товаре, спроса на него он вступает в контакты с потенциальными потребителями, покупателями товаров, с оптовыми или оптово-розничными торговыми организациями. Полем деятельности коммерческого предпринимательства служат товарные биржи и торговые организации. Товарная биржа — это разновидность оптового товарного рынка без предварительного осмотра покупателем образцов и заранее установленных минимальных партий товаров. На товарной бирже добровольно объединяются коммерческие посредники и их служащие для проведения торговых операций по совместно разработанным и соблюдаемым правилам. Цель такой биржи — создать механизм управления свободной конкуренцией и с ее помощью с учетом изменения спроса и предложения выявить реальные рыночные цены.

Коммерческий банк — это финансово-кредитное учреждение акционерного типа, кредитующее на платной основе преимущественно коммерческие организации, осуществляющее прием денежных вкладов (депозитов) и другие расчетные операции по поручению клиентов. Источником доходов коммерческого банка является разница между процентными ставками депозитных (привлеченных) и ссудных средств. Операции коммерческих банков делятся на три группы: пассивные (привлечение средств); активные (размещение средств); комиссионно-посреднические (выполнение различных операций по поручению клиентов с уплатой комиссии).

Особенность деятельности коммерческих банков России состоит в том, что они привлекают средства предприятий на значительные сроки, а дают займы на относительно короткие сроки. Эти банки подвержены риску коммерческого характера, так как обязаны выплатить своим кредиторам деньги в определенный заранее срок с установленными процентами. Учитывая, что предоставленные коммерческим банком кредиты могут быть

по тем или иным причинам не возвращены вовремя, банк должен обладать определенными резервами.

Слово «консультант» происходит от лат. *consultans* — советующий. Под этим термином понимается специалист в определенной области, дающий советы по вопросам своей специальности. В зарубежной практике коммерческая, платная консультация по вопросам управления получила название консалтинг.

Консалтинговые услуги могут осуществляться в форме устных разовых советов. Однако чаще они предоставляются в виде консалтинговых проектов и включают в себя следующие основные этапы:

- выявление проблем (диагностика);
- разработка решений, проекта;
- осуществление решений, проекта.

4 Контрольные вопросы

4.1 Какие факторы производства необходимы для организации производственного предпринимательства? Опишите их.

4.2 Какими правилами должно руководствоваться предприятие, инвестирующее свои средства в ценные бумаги?

3. Какие виды профессиональной деятельности существуют на рынке ценных бумаг?

5. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Дать определение понятиям п.1.3
3. Охарактеризовать коммерческое и финансовое предпринимательство.
4. Описать этапы и методы консультативного предпринимательства.
- 5.5 Охарактеризовать виды банков.

6 Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;
- 6.5 Выполнение работы.

Практическая работа 3

Особенности и характеристики различных видов сделок

1. Цель работы

1. Уметь составлять необходимые документы по оформлению сделок.
2. Знать классификацию сделок.
3. Ознакомиться с понятием «сделка».

2 Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы

Раздел 2 Организация предпринимательской деятельности

Тема 2.3 Особенности и характеристики различных видов сделок

3 Краткие теоретические сведения

Сделки - акты осознанных, целенаправленных, волевых действий физических и юридических лиц, совершая которые они стремятся к достижению определенных правовых последствий.

Сделки - правомерные действия. Этим они отличаются от действий противоправных - деликтов (причинение вреда жизни и здоровью граждан, а также имуществу другого лица).

Сделка как волевое действие. Сущность сделки составляют воля и волеизъявление сторон: воля дает ответ на вопрос: “чего я хочу “, а волеизъявление: “что я для этого делаю”.

Указанные признаки в совокупности отражены в определении сделок, которое содержится в ГК РФ “ действия граждан и юридических лиц, направленные на восстановление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей”.

Подводя итог данного вопроса хочу отметить, что сделки характеризуются следующими пятью особенностями, некоторые из них я упоминал раньше.

- I. Сделки представляют собой юридический факт и являются наиболее распространенным основанием возникновения, изменения или прекращения гражданских правоотношений.
- II. Сделка - волевой акт, направленный на достижение определенной цели. Этим сделки отличаются от события. События - явления естественного порядка, происходящего помимо воли людей.
- III. Сделкой может быть признано правомерное действие, не противоречащее закону.
- IV. Сделка должна быть совершена лишь теми гражданами и организациями, воля которых порождает соответствующие правовые последствия.

Сделка организаций не должна противоречить целям их деятельности, зафиксированным в учредительных документах.

Сделка организаций может осуществляться органами юридических лиц, в соответствии с их компетенцией или надлежащими представителями юридических лиц.

При совершении сделок гражданами большое значение имеет дееспособность.

- V. Сделка осуществляется на основании воли ее участников - *волеизъявления*, которое определяет содержание сделки (конкретные права и обязанности).

Воля граждан и юридических лиц должна быть ясно выражена:

- в действиях;
- в устной или письменной форме;
- в других действиях, достаточно свидетельствующих о воле лица.

Конклюдентные действия - действия, на основании которых можно достаточно судить о наличии воли и ее содержании, например: жесты брокера совершаемые на бирже.

Воля лица может быть выражена и в молчании - в случаях прямо предусмотренных в законе. *Например:* возможно заключение договора, который предусматривает ежемесячные поставки в определенном законе, если покупатель не сообщит о своем отказе от получения товара в течение какого-либо срока до начала очередного срока (*молчание "ДА"*).

Основное разграничение сделок закреплено в ГК РФ. Наличие у всех сделок общих признаков - совпадение воли и волеизъявления, правомерность действия - не исключает их подразделение на виды:

- в зависимости от числа участвующих сторон сделки бывают односторонними, двусторонними и многосторонними;
- в зависимости от того, соответствует ли обязанности одной стороны в сделке совершить определенные действия, встречная обязанность другой стороны по предоставлению материального или иного блага, сделки делятся на возмездные и безвозмездные;
- по моменту, к которому приурочивается возникновение сделки, они делятся на реальные и консенсуальные;
- по степени зависимости действительности сделки от ее основания (цели) они бывают каузальными и абстрактными;
- в силу зависимости юридических последствий совершения сделки от какого-то обстоятельства, которое может наступить или не наступить, выделяются условные сделки.

4. Контрольные вопросы

1. Какие документы необходимы для получения лицензии?
2. Какие виды инженерно-технических услуг существуют?
3. В чем особенности фьючерсных сделок?

4. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Дать определение понятию «сделка».
3. Описать понятие и виды лицензии.
4. Охарактеризовать виды сделок.

5. Описать, при каких условиях сделка считается недействительной.

6 Структура отчета

6.1 Номер и наименование практической работы;

6.2 Цель работы;

6.3 Контрольные вопросы;

6.4 Задание;

6.5 Выполнение работы.

Практическая работа 4 Договор – основа сделки

1. Цель работы

1. Ознакомиться с понятием «договор».
2. Рассмотреть виды договоров.
3. Знать условия договора.

2 Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы

Раздел 2 Организация предпринимательской деятельности

Тема 2.3 Договор – основа сделки

3 Краткие теоретические сведения

Договор - это наиболее распространенный вид сделок. Только немногочисленные односторонние сделки не относятся к числу договоров. Основная масса встречающихся в гражданском праве сделок - договоры. В соответствии с этим договор подчиняется общим для всех сделок правилам. К договорам применяются правила о двух- и многосторонних сделках. Очень часто общие положения об обязательствах (гл. 21-26) построены с учетом применения их прежде всего к договорам, например, способы обеспечения исполнения обязательств. Договором признается согласие двух или нескольких лиц об установлении, изменении и прекращении гражданских прав и обязанностей (п.1, ст. 420).

Как следует из ГК РФ, Правительство РФ может издавать правила, обязательные для сторон при заключении и исполнении публичных договоров, типовых договоров, положений и т.п. (п.4 ст. 426). Видимо, в главах об отдельных видах договоров Правительству могут даваться поручения об издании таких правовых актов. Если в законе нет об этом прямого указания, то типовой документ рассматривается как документ, содержащий примерные условия. Поэтому многочисленные акты ряда федеральных органов исполнительной власти, которыми утверждены типовые договоры, носят с 1 января 1995 года рекомендательный характер. Если в договоре не будет указана отсылка к ним как к примерным условиям, то такие условия применяются к отношениям сторон в качестве обычаев делового оборота, если они отвечают требованиям кодекса (ст. 427 ГК РФ).

Гражданско-правовой договор представляет собой наиболее распространенный вид юридических факторов. В качестве основания возникновения широкого спектра гражданских прав и обязанностей (правоотношений) договор закреплен в особом подразделе раздела III гражданского кодекса.

В ст. 8 ГК перечень юридических фактов открывают договоры и иные сделки, предусмотренные законом, а так же договоры, хотя и непредусмотренные законом, но не противоречащие ему, Согласно ст.154 ГК для заключения договора необходимо выражение согласованной воли двух сторон (двусторонняя сделка), либо трех и более сторон (многосторонняя сделка), а в силу ст. 420 ГК договором признается соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей. Этой же статьей устанавливается, что к договорам применяются правила о двух- и многосторонних сделках, предусмотренных главой 9 (“Сделки”) Кодекса. Так, соглашением обычно двух сторон является договор купли-продажи: по легальному определению данного договора (ст. 454 ГК) одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять товар и уплатить за него

определенную денежную сумму (цену). Соглашением большего числа сторон может быть, например, договор простого товарищества (договор о совместной деятельности).

3 Контрольные вопросы

1. Что включает в себя преамбула?
2. Какова специфика договора в предпринимательской деятельности?
3. Какие договоры являются наиболее распространенными среди предпринимателей?
4. Что относится к специфическим условиям договора?
5. В чем необходимость сохранения коммерческой тайны в бизнесе (ст.139 ГК РФ)?

4. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Дать определение понятию договор.
3. Охарактеризовать договор купли-продажи.
4. Дать подробную характеристику поставки, аренды и займа.

6 Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;
- 6.5 Выполнение работы.

Практическая работа 5

Организация финансирования предпринимательской деятельности

1. Цель работы

1. Знать содержание лизинга.
2. Ознакомиться с понятиями «финансы предприятия» и «банковский кредит».
3. Ознакомиться с оформлением документов для получения кредита в банке.
4. Рассмотреть систему кредитования в РФ.

2 Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы

Раздел 3 Финансирования предпринимательской деятельности

Тема 3.1 Организация финансирования предпринимательской деятельности

3 Краткие теоретические сведения

Финансирование предпринимательской деятельности — это совокупность форм и методов, принципов и условий финансового обеспечения простого и расширенного воспроизводства. Под финансированием понимается процесс образования капитала фирмы во всех его формах. Понятие «*финансирование*» тесно связано с понятием «*инвестирование*»: если **финансирование** — это формирование денежных средств, то **инвестирование** — это их использование. Оба понятия взаимосвязаны, но первое предшествует второму. Фирме невозможно планировать какие-либо инвестиции, не имея источников финансирования. Вместе с тем образование финансовых средств фирмы происходит, как правило, с учетом плана их использования.

При выборе источников финансирования необходимо решить следующие задачи:

1. определить потребность в капитале
2. определить оптимальную структуру капитала
3. обеспечить постоянную платежеспособность предприятия, а, следовательно, его финансовую устойчивость
4. снизить расходы на финансирование хозяйственной деятельности
5. максимизировать прибыльность использования собственных и заемных финансовых средств

Основные формы внутреннего финансирования — это:

1. В составе внутренних источников основное место принадлежит прибыли, остающейся в распоряжении фирмы, которая распределяется на цели накопления и потребления. Прибыль используется на развитие производства, прибыль, направляемая на потребление, используется для решения социальных задач.

2. Источником финансирования являются доходы, получаемые от внереализационных операций за вычетом расходов на их осуществление.
3. Важную роль в составе внутренних источников играют также амортизационные отчисления, которые представляют собой денежное выражение стоимости износа основных средств и нематериальных активов.
4. Источником финансирования являются льготы по налогу на прибыль, которые могут получать организации в соответствии с действующим законодательством.

4. Контрольные вопросы

1. Что относят к принципам банковского кредитования?
2. Какие характерные черты имеют финансовые отношения?
3. Что такое субсидия и субвенция?
4. Какие существуют виды лизинга? Охарактеризуйте их.

4. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Дать подробную характеристику лизинга как эффективной формы ПД.
3. Дать определение понятиям п.1.2.
4. Описать, что нужно сделать, чтобы получить в сбербанке России кредит на развитие бизнеса.
5. Охарактеризовать понятие залог имущества клиента.

6 Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;
- 6.5 Выполнение работы.

Практическая работа 6

Финансово-экономическая деятельность малого предприятия

1 Цель работы

1. Описать основы учета, анализа и налогообложения.
2. Ознакомиться с понятием «бухгалтерский учет» и применением его на всех этапах создания и развития промышленного предприятия.
3. Ознакомиться с внеоборотными и оборотными активами.
4. Ознакомиться с источниками формирования собственных средств предприятия.
5. Рассмотреть виды прибыли организации.
6. Знать коэффициенты ликвидности.
7. Знать виды несостоятельности.

2 Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы

Раздел 3 Финансирование предпринимательской деятельности

Тема 3.2 Финансово-экономическая деятельность малого предприятия

3 Краткие теоретические сведения

Малым предпринимательством (малым бизнесом) признается деятельность, осуществляемая определенными субъектами рыночной экономики, имеющими установленные законом признаки, конституирующие сущность этого понятия. Как показывает мировая и отечественная практика. Основным критерием, на основе которого предприятия различных организационно-правовых форм относятся к субъектам малого предпринимательства, является средняя численность работников, занятых за отчетный период на предприятии. В ряде научных работ под малым предпринимательством понимается деятельность, осуществляемая относительно небольшой группой лиц, или предприятия, управляемые одним собственником.

Наряду со средней численностью персонала критериями отнесения к малому предпринимательству выступают объем оборота (прибыли, дохода), величина активов, размер уставного капитала и др. По данным Всемирного банка, общее число показателей,

по которым предприятия признаются субъектами малого предпринимательства, превышает 50. Однако наиболее часто применяются вышеназванные.

Малые предприятия - это не организационно-правовая форма, термин «малое» характеризует лишь размер предприятия, а критериями отнесения предприятия к малым являются численность работающих и доля государственной, муниципальной собственности общественных объединений в уставном капитале этих предприятий, которая должна составлять не более 25%. Численность работающих на МП определяется по среднесписочной численности основного производственного персонала и сотрудников, работающих по договорам и совместительству.

Они могут создаваться во всех сферах хозяйственной деятельности на основе любых форм собственности.

Организационно-правовая форма малого предприятия устанавливается в соответствие с законом «О предприятиях и предпринимательской деятельности». Они могут существовать в виде индивидуальных (семейных) частных предприятий, товариществ, акционерных обществ, государственных (муниципальных) предприятий.

4. Контрольные вопросы

1. Что такое учетные регистры?
2. Что относят к краткосрочным и долгосрочным обязательствам?
3. Что такое платежеспособность, и какими обстоятельствами она обусловлена?
4. Какие существуют признаки «хорошего» баланса?
5. Каковы задачи финансового оздоровления?
6. Что понимают под налогом и сбором?

5. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Охарактеризовать систему налогообложения и описать виды налогов.
3. Дать определение понятию п.1.2.
4. Охарактеризовать внеоборотные и оборотные активы и что к ним относят.
5. Что относится к источникам формирования собственных средств предприятия.
6. Охарактеризовать виды прибыли организации.
7. Описать коэффициенты абсолютной, быстрой и текущей ликвидности.
8. Охарактеризовать виды несостоятельности.

6 Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;
- 6.5 Выполнение работы.

Практическая работа 7

Коммерческие связи между партнерами. Франчайзинг

1 Цель работы

1. Ознакомиться с понятием «партнерские связи».
2. Ознакомиться с особенностями производственного, финансового и товарообменного сотрудничества в предпринимательской сфере.
3. Знать виды франчайзинга.

2 Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы

Раздел 4 Взаимоотношения предпринимателей с партнерами

Тема 4.1 Коммерческие связи между партнерами. Франчайзинг

3 Краткие теоретические сведения

Франчайзинг представляет собой соглашение, согласно которому одна из сторон, называемая франчайзером, передает другой стороне, называемой франчайзи, право практиковать определенный бизнес согласно формату франчайзера и за установленную плату. Франчайзинг предоставляет возможность "копирования" успешного бизнеса

фирмы, обладающей богатым опытом и хорошей репутацией. Согласно определению Международной ассоциации франчайзинга, "франчайзинг - это система перманентных отношений, устанавливаемых между франчайзером и франчайзи, в результате которых знания, имидж, успех, методы производства и маркетинг передаются франчайзи в обмен на взаимное удовлетворение интересов".

Слово franchise (франц.) - "привилегии (концессии) при продаже товаров". Первоначально привилегии предоставлялись по закону (государством) и они были связаны с монополией государства на определенные виды деятельности. Однако, начиная с 1840 года, слово "франчайзинг" стало использоваться и в сегодняшнем его значении (привилегии, предоставляемые частными фирмами). Франчайзинг, как концепция и бизнес практика, получил развитие в США, в то время как в Европе большее распространение получило понятие "концессия". В XX веке, после того как он утвердился за океаном в качестве успешной техники предпринимательства, франчайзинг вновь возвращается в Европу. Особенность франчайзинга заключается в том, что каждый покупатель франшизы обязуется выполнять различные условия и требования продавца (франчайзера), касающиеся производства и продажи товаров, а также предоставление потребителям сопутствующих услуг. Таким образом, на мировом рынке возникают группы предприятий, объединенные в единую систему под патронажем крупной международной корпорации. Своим партнерам по контракту франчайзер дает рекомендации по размещению предприятий, подбирает оборудование, помогает в обучении персонала, консультирует по вопросам управления, а также может оказывать финансовую помощь.

Все это облегчает стандартизацию и унификацию продукции и услуг предприятий, входящих в систему данного франчайзинга, обеспечивает единство проводимых маркетинговых мероприятий, стиля и оформления, качества продаваемых товаров и услуг, централизацию закупок с соответствующей экономией (и дополнительной выгодой для франчайзера).

Как правило, за все услуги каждый покупатель франшизы уплачивает вступительный взнос, отчисляет определенный процент с оборота (от 3 до 12%) и обязуется закупать оборудование, сырье или товары у франчайзера.

Преимущества такой формы лицензирования для продавца франшизы очевидны. Он обеспечивает присутствие своей торговой марки на рынках зарубежных стран, используя местные фирмы и их ресурсы, что существенно расширяет возможности сбыта и приносит дополнительные доходы. Преимущества же покупателя франшизы состоят в том, что он выходит на свой рынок с качественными товарами и услугами под известной торговой маркой, имея покровительство крупной корпорации и пользуясь ее отлаженными технологиями, а также в необходимых случаях финансовой помощью.

4. Контрольные вопросы

1. Что такое факторинг, и какие составляющие он включает в себя?
2. Какие документы необходимы для оформления операций факторинга?
3. Что такое франчайзинг и франшиза?
4. Какие основные сферы сотрудничества существуют на условиях франшизы?

4. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Дать определение понятию «партнерские связи».
3. Охарактеризовать п.1.2.
4. Охарактеризовать виды франчайзинга.

6 Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;
- 6.5 Выполнение работы.

Венчурный бизнес

1. Цель работы

1. Знать понятие «венчурный бизнес».
2. Знать истоки возникновения венчурного бизнеса.
3. Ознакомиться с формами венчурного бизнеса.

2 Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы

Раздел 4 Взаимоотношения предпринимателя с партнерами

Тема 4.3 Венчурный бизнес

3 Краткие теоретические сведения

Венчурный бизнес (или венчурное финансирование) – это форма прямого инвестирования в малые и средние предприятия, основной деятельностью которых является проведение опытно-конструкторских исследований и разработка новых наукоемких идей, применимых на практике. То есть, иными словами, это фирмы или компании, занимающиеся реализацией рискованных бизнес-проектов.

Целью венчурного финансирования является получение инвестором прибыли в результате вложения средств в перспективные, но рискованные проекты и бизнес.

По видам инвестирования различают внутренний и внешний венчурный бизнес.

Развитие первого вида осуществляется за счет ресурсов самих реализаторов идеи.

Финансирование внешнего венчура происходит способом привлечения средств от различных источников: инвестиционных, страховых, благотворительных, пенсионных фондов, ресурсов государства, частных инвесторов.

Рискованные вложения могут осуществляться в нескольких формах:

- в обмен на передачу в собственность инвестору части акций предприятия;
- в форме среднесрочного займа, со сроками погашения от 3 до 7 лет;
- в виде сочетания двух вышеназванных форм инвестирования.

Объектами инвестирования являются несколько типов предприятий:

Система мотивации персонала

- фирмы-start-up (приблизительный перевод «начало пути») – абсолютно новые компании, которые только формируются и не имеют опыта работы в условиях рынка;
- фирмы-новички – те предприятия, которые зародились самостоятельно, уже имеют готовые наработки, но не имеют средств для дальнейшего развития;
- фирмы-экспансеры (от слова экспансия – расширение) – это компании, которые уже полностью освоили свою рыночную нишу и готовы расширить свое влияние на другие, но на освоение «новых территорий» у них денег нет;
- бизнес-идеи – просто рискованный проект безо всякой материальной базы, который для получения от него реальной прибыли требует финансирования.

4. Контрольные вопросы

1. Что такое классическое и инновационное предпринимательство?
2. Какие существуют определения инноваций?
3. Что такое инкубатор бизнеса, и какие функции он выполняет?
4. Что такое венчурное финансирование, и какими характеристиками оно отличается?

5. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Дать определение понятию п.1.1.
3. Описать истоки возникновения венчурного бизнеса.
4. Охарактеризовать организационно-правовые формы инновационного предпринимательства.

6 Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;

6.5 Выполнение работы.

Практическая работа 9 Деловая этика. Имидж предпринимателя

1 Цель работы

1. Раскрыть этический кодекс предпринимателя.
2. Знать 6 основных заповедей делового этикета.
3. Знать поведенческие характеристики людей, сформировавших положительный имидж.

2 Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы

Раздел 5 Культура предпринимательской деятельности

Тема 5.1 Деловая этика. Имидж предпринимателя.

3 Краткие теоретические сведения

Общеизвестно, что первое впечатление о любом человеке, в том числе и о потенциальном деловом партнере, складывается из оценки его общей привлекательности: внешний вид, то есть то, во что он одет (вспомните, встречают по одежке), и манера поведения. Если он одет небрежно, то подсознательно его *будут* оценивать как человека, с которым не стоит вести дела. Такой внешний вид никак не соотносится с качествами делового человека, а именно собранностью, ответственностью и надежностью. Правильно подобрать одежду для работы - насущное требование для успешного ведения дел, и деловому человеку без этого умения не обойтись. То, как вы одеты, уже характеризует вас как личность - будь то общение с новым клиентом или презентация в вашей компании. Всегда нужно одеваться соответственно обстоятельствам и собственным профессиональным устремлениям. В деловом мире предъявляют определенные требования к внешности человека. Правильно подобранный деловой костюм, галстук, ботинки и аксессуары подчеркивают профессионализм и положительные деловые качества, а иногда и креативность... Ведь в итоге эти усилия связаны с вашей карьерой.

Аккуратность, вкус, подтянутость - таков облик делового человека, неважно, мужчины или женщины.

Деловой мир достаточно консервативен в вопросах стиля и моды. В данном случае мода не является чем-то обязательным для всех. Зная основные требования, принципы и правила составления делового гардероба, можно произвести на делового партнера приятное впечатление и не утратить при этом индивидуальность.

Правилами этикета определено два основных принципа делового дресс-кода:

универсальность - это стиль для работы, который должен быть удобен и функционален; опрятность и аккуратность (мятая юбка или небрежно завязанный галстук - признак суетливости, поспешности, невнимательности их хозяина к себе или безразличия к окружающим). Английское словосочетание dress-code буквально переводится как «кодекс одежды». Это зашифрованный язык одежды, говорящий о социальном статусе человека, его профессиональной принадлежности, что выражается в форме или цвете одежды. Дресс-код отнюдь не современное изобретение. В истории немало примеров, когда строгие правила и нормы ношения одежды, обуви, украшений были установлены письменно. Например, в 1700 году царь Петр I подписал указ, согласно которому на новогодние праздники следовало появляться только в «венгерском и польском платье», через год петровским дресс-кодом предполагалось носить «немецкое платье». А вот термин «корпоративная культура» имеет немецкое происхождение и был впервые введен Хельмутом Мольтке в XIX веке.

4. Контрольные вопросы

1. Что такое деловой этикет?
2. Какие правила и требования делового этикета существуют?
3. В чем сущность и цель делового этикета?

5. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Охарактеризовать типы руководителей.

3. Описать п.1.2.
4. Охарактеризовать п.1.3.

6 Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;
- 6.5 Выполнение работы.

Практическая работа 10

Корпоративная культура и этикет предпринимателя

1 Цель работы

1. Ознакомиться с понятием «корпоративная культура».
2. Знать типы корпоративной культуры.
3. Ознакомиться с профессиональными моральными нормами.

2 Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы

Раздел 5 Культура предпринимательской деятельности

Тема 5.2 Корпоративная культура и этикет предпринимателя

3 Краткие теоретические сведения

Этика бизнеса издавна являлась объектом изучения. Еще Аристотель приравнивал прибыль к ростовщичеству, а бизнес трактовался как одна из сфер человеческой деятельности. Во все времена особое внимание уделялось ключевому элементу предпринимательства — предпринимателю, тем этическим устоям, на которых он базирует свое дело.

Этика бизнеса — деловая этика, базирующаяся на честности, открытости, верности данному слову, способности эффективно функционировать на рынке в соответствии с действующим законодательством, установленными правилами и традициями.

В бизнесе обычно выделяют три составные части: бизнесмен, условия бизнеса, этика бизнеса. Несомненно, главная фигура современного бизнеса — бизнесмен, постоянно готовый идти на риск, с неумной энергией, настойчивостью, умением преодолевать трудности, любые преграды на пути к намеченной цели, с его свободой в принятии управленческих решений и нестандартностью мышления. Этика бизнеса позволяет наращивать прибыль. В частности, она помогает сохранить преданность клиентов. По подсчетам специалистов, удержать старых партнеров в пять раз дешевле, чем завоевать благосклонность новых. Поэтому вся фирма ориентируется на потребителя. В этих целях до инвестиций в основной капитал приходится затрачивать немало денег, времени и сил на формирование этики и культуры фирмы, соответствующую подготовку ее работников.

Деловой мир, как известно, тесен. У каждого бизнесмена есть много друзей, знакомых — они могут быть потенциальными клиентами. Здесь все определяется честностью, вежливостью. Если ты не прав и извинился, признав свою ошибку, это сослужит хорошую службу, покажет клиенту, что с тобой можно иметь дело. В бизнесе установлено правило: постоянно заботься о своих клиентах и сотрудниках, а рынок позаботится о тебе.

Бизнес существует в сложном этическом мире, где главное — избегать неэтичных шагов во взаимоотношениях. Гуманный менеджмент эффективнее агрессивного. Стратегических целей компании легче достигать, ориентируясь на этические принципы.

Управленческая этика — совокупность правил и форм делового общения с людьми, позволяющая выразить им уважение, способствующая установлению между руководителем и подчиненными атмосферы взаимопонимания, доброго отношения друг к другу.

Предприниматель, руководитель — это прежде всего лидер, способный влиять на людей и коллектив, побуждать их эффективно работать для достижения поставленных целей. Успех любого лидера зависит от его личных качеств и стиля деятельности, иначе говоря, от его манеры поведения по отношению к подчиненным, способности оказывать на них воздействие.

Если руководитель не сможет эффективно взаимодействовать с людьми и учитывать все обстоятельства, то он будет не в состоянии исполнять свою работу. Менеджер имеет власть над подчиненными, потому что решает такие важные вопросы, как уровень оплаты труда, характер выполняемой работы, степень загруженности работника, его продвижение по службе и т. д. Но абсолютной власти не существует, как не бывает и универсальных способов влияния на людей в любых условиях. Руководитель должен быть не только компетентным в делах фирмы, но и постоянно чувствовать настроение людей, стараться не злоупотреблять своей властью, чтобы не вызвать негативную реакцию у подчиненных. Важным фактором влияния руководителя является его способность чувствовать главное в делах фирмы. Он должен держать под своим контролем весь бизнес предприятия, но прежде всего то, что имеет решающее значение для выполнения подчиненными своих обязанностей, создает ситуацию зависимости каждого сотрудника от результатов общего дела.

Влияние руководителя увеличивается прямо пропорционально тому, насколько полно выполняет он данные обещания, удовлетворяет потребности потребителей клиентов, способен предвидеть возникновение негативных тенденций и эффективно противодействовать им.

4. Контрольные вопросы

1. Какие существуют «10 заповедей хорошего бизнеса»?
2. Охарактеризовать три ключевых элемента Эдгара Шейна?
3. Какие проблемы стоят на пути формирования деловой этики предпринимателя?

5. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Дать определение понятию «корпоративная культура».
3. Охарактеризовать типы корпоративной культуры.
4. Охарактеризовать профессиональные моральные нормы.

6 Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;
- 6.5 Выполнение работы.

Практическая работа 11

Организация деловых контактов

1 Цель работы

1. Знать этикет предпринимателя.
2. Рассмотреть правила Дейла Карнеги.
3. Ознакомиться с понятием «культура телефонных переговоров».

1. Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы

Раздел 5 Культура предпринимательской деятельности

Тема 5.2 Организация деловых контактов

3 Краткие теоретические сведения

От отношений на работе зависит многое – здоровье и настроение работников, производительность труда и успех компании в целом. Но, для того, чтобы отношения с партнерами, коллег между собой и с руководством шли на пользу общему делу, стоит прислушаться к правилам этикета.

Излишняя доступность руководителя не способствует созданию нормальной деловой обстановки, ведет к панибратству. Руководителю и его секретарю надо ограничить число лиц, имеющих право входить в кабинет без уведомления. Надо создать порядок, при котором входить в кабинет нельзя, если там уже кто-то находится (особенно строго нужно соблюдать эти правила в часы приема).

Желательно, чтобы все посетители, которым необходим прямой контакт с руководителем, имели четко фиксированное время визита и были уверены в его осуществимости. В то же время надо помнить, что недоступность руководителя для общения с подчиненными и посетителями ведет к потере информации.

Правила этикета приписывают руководителю умение выслушивать людей, не перебивая, не прерывая, не отвлекаясь на другие дела и других людей. Руководитель, принимающий гостя или просто ведущий беседу с сотрудником, должен оказывать знаки внимания. Похвала, восхищение, интерес, благодарность — все это не только проявление воспитанности и знание этикетных норм, но и показатель уважительного отношения к собеседнику.

Чтобы научиться эффективному деловому общению, руководителю необходимо обратить внимание на риторику (искусство говорить), дикцию (произношение), интонацию (тон речи). Вот несколько важных общих принципов делового общения:

- избегайте жаргонных слов и оскорбительных выражений
- умейте слушать других и показывать, что вам это интересно
- правильно произносите имена и фамилии,
- все служебные тайны, как профессиональные, так и личные, храните при себе
- будьте осторожны с конфиденциальной информацией, которую могут случайно услышать сослуживцы или посетители во время встреч либо телефонных разговоров
- говорите кратко и по существу
- реже используйте местоимение «я», а говорите, опираясь на факты, не увлекаясь деталями, но помните, что, удачно упомянув о детали, вы укрепите вашу позицию
- ищите выход из сложившейся конфронтации.

Предприниматель (бизнесмен) часто вступает в кратковременные контакты с людьми, посетителями. При пяти-семи-минутном общении содержательная информация составляет около четверти полученной информации.

Язык жестов и условностей — своеобразная книга. Бизнесмену нужно учиться ее читать и помнить о том, что он сам является объектом пристального внимания.

4. Контрольные вопросы

1. Какие нормы включают правила деловой переписки?
2. Что такое прием?
3. Какие подарки дарят и не дарят на деловых встречах?
4. Что включает в себя этикет предпринимателя?

5. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Дать определение понятию п.1.3.
3. Перечислить правила Дейла Карнеги.
4. Охарактеризовать деловую беседу.

5. Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;
- 6.5 Выполнение работы.

Практическая работа 12

Культура речи и внешний облик делового человека

1. Цель работы

1. Ознакомиться с видами тестов.
2. Знать манеры поведения.
3. Раскрыть показатели культуры речи.
4. Знать деловой стиль делового человека.

2. Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы

3 Краткие теоретические сведения

Деловой разговор как особая разновидность устной речи. Деловой разговор -- это понимаемый в самом широком смысле устный речевой контакт между людьми, связанными интересами дела, которые имеют необходимые полномочия для установления деловых отношений и решения деловых проблем.

Ежедневно ведя деловые разговоры, друг с другом, а также со своими клиентами, такие люди проявляют порой вопиющую речевую безграмотность, что существенно снижает их деловую активность и не позволяет в полной мере реализовать свой потенциал. В то же время деловой разговор как научное понятие в современной лингвистике отсутствует. Отсюда и полная не разработанность устной деловой речи в сфере предпринимательской деятельности.

Деловой разговор -- это в первую очередь устная деловая речь, которая имеет существенные различия с ее письменной формой. Прежде всего, деловой разговор представляет собой непосредственное общение, которое предполагает конкретного собеседника (или собеседников), что дает возможность непосредственно воздействовать на него (или на них). Наличие собеседника позволяет использовать мимику, жесты, интонацию и другую технику общения, что существенно отличает устную деловую речь от ее письменной формы.

Непосредственное общение исключает возможность предварительного обдумывания, а потому деловой разговор полон непринужденных форм общения, а также некоторых грамматических и стилистических особенностей. Так, для этой разновидности деловой речи характерен определенный отход от обычных морфологических норм общелитературного языка, которые в деловом общении нередко рассматриваются как излишество, не позволяющее точно и кратко передать смысл высказывания.

Уже стало нормой употребление в деловой речи единственного числа в значении множественного тех существительных, которые имеют собирательное значение, например: "Эти агрегаты состоят из генератора постоянного тока, соединенного эластичной муфтой с двигателем внутреннего сгорания". Или: "На этом стенде представлены три токарных станка с резцом принципиально нового образца". Прежде всего, деловых людей, с которыми хотят взаимодействовать окружающие, отличают от остальных такие черты характера как аккуратность, организованность, целеустремленность и умение ценить свое и чужое время. Причем проявление внутреннего стержня, всегда отражается в одежде. Опрятность и аккуратность – именно такой внешний вид делового человека является залогом хорошего впечатления. В то же время неопрятная, мятая, а то и вовсе грязная одежда сразу ассоциируется с забывчивостью, лишней суетой и ненадежностью. Чтобы не стать объектом из второй категории, стоит запомнить, какие виды делового стиля существуют на сегодняшний день.

Вне зависимости от половой принадлежности нюансы, которые касаются деловой одежды, едины для всех. Каждая компания или фирма диктует свои правила дресс-кода в рабочее время. Однако в природе существует всего два типа:

1. Консервативный дресс-код. Этот стиль характеризуется единством правил для всех сотрудников компании и не приемлет исключений. Костюмы, блузки, носки и даже пуговицы должны строго соответствовать допустимым цветам. Этот стиль обязателен для тех, кто проводит переговоры вне офиса, а расцветка в большинстве случаев является корпоративной.
2. Контактный дресс-код. Такой стиль больше подходит для встреч с коллегами в нерабочее время. Например, на торжественных вечерах и прочих не формальных мероприятиях. Главный принцип – соблюдение рамок приличия и элегантности. Строгие костюмы и рубашки можно заменить на свободные брюки с блузками без пиджака. Женщинам можно сделать более яркий макияж и добавить к своему образу различные аксессуары.

В деловой среде стоит придерживаться правил консервативного дресс-кода. Для представителей разных полов требования естественно будут разными.

4. Контрольные вопросы

1. Что такое культурная речь?
2. Что рекомендуют специалисты для культурной речи?
3. В чем состоит основной вид мужской деловой одежды, и какие аксессуары к ней?
4. В чем состоит основной вид деловой одежды женщины и аксессуары к ней?
5. Что такое поза? Опишите виды «читаемых» поз.

5. Задание

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Описать виды жестов.
3. Описать манеры поведения.
4. Охарактеризовать деловой стиль.
5. Объяснить сущность рукопожатия, мимики, улыбки, взгляда и тона.

5. Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;
- 6.5 Выполнение работы.

Практическая работа 13

Моральные аспекты предпринимательства

1 Цель работы

1. Изложить моральные аспекты предпринимательства.
2. Знать сравнение 10 заповедей с современным бизнесом.
 1. **Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы**

Раздел 5 Культура предпринимательской деятельности

Тема 5.7 Моральные аспекты предпринимательства

3 Краткие теоретические сведения

Мораль (нравственность) (от лат. *moralis* - касающийся нравов) - совокупность норм, установок и предписаний, которыми руководствуются люди в своем реальном поведении в различных жизненных сферах, включая и трудовую деятельность. Специфика морали как регулятора социальных отношений заключается в том, что она действует изнутри. Моральное регулирование носит, как говорят психологи, оценочно-императивный характер, т. е. в оценке поступков людей содержится их одобрение либо порицание. Общие нормы морали получают выражение в зафиксированных представлениях (заповедях, принципах, кодексах) о том, как следует поступать и чего нельзя делать. Когда говорят о морали, то имеют в виду суждения о правильном и неправильном, о хорошем и плохом, о добре и зле, о справедливости и несправедливости. Сила моральных требований, всегда безусловных по форме и строгих по содержанию, в том, что человек должен обращать их к себе и только через опыт собственной жизни предъявлять другим. Наверное, не зря одна из древнейших заповедей, получившая наименование «золотое правило нравственности», гласит: относись к другому так, как ты хочешь, чтобы относились к тебе. Перед глобальными опасностями, угрожающими самому существованию человечества, ответственное отношение к морали, признание приоритета человеческих ценностей является выбором, не имеющим разумной альтернативы.

Этика - совокупность универсальных и специфических нравственных требований и правил поведения индивида, реализуемых в общественной жизни. Традиционная трактовка этики носит индивидуальный характер. Наши представления о нравственности и моральных ценностях, о том, что достойно похвалы и что заслуживает осуждения, сложились, главным образом, на основе восприятия человека

как существа нравственного. Мы знаем, что значит назвать человека нравственным. В глоссарии Европейского фонда управления качеством (EFQM) этика организации определена как нравственные устои, взятые на вооружение и соблюдаемые всеми работниками данной организации. Базируясь на общечеловеческих ценностях, этические нормы деловых отношений выступают одним из главных критериев оценки профессионализма как отдельного сотрудника, так и организации в целом. Мораль и этика составляют основу деловой культуры организации (называемой также организационной или корпоративной культурой), под которой понимаются принятые руководством организации и поддерживаемые персоналом духовные ценности. И хотя многие считают, что деловая культура касается только внутренней жизни коллектива, фактически она формирует и внешнюю жизнь организации (внешние отношения). Деловая культура организации проявляется в поведении сотрудников, в их восприятии себя, организации в целом и окружающей среды. Центральное место в организационной культуре занимают базисные ценности, т. е. официально принятый в организации набор наиболее значимых и неизменных принципов, на которых основывается поведение сотрудников.

Совершенно очевидно, что базисные ценности - это, прежде всего, ценности этического характера. Их следует отличать от ценностей конкретной личности (например, религиозные убеждения, политические взгляды) или общечеловеческих ценностей (например, свобода, терпимость). В организациях формирование базисных ценностей проходит долгий путь трансформации, в результате чего они, как правило, становятся их потребностями или обязательствами перед обществом. В этом смысле базисные ценности носят прагматичный, рациональный характер, и их выбор определяется спецификой каждой организации.

Принятие многих управленческих решений связано с морально-этическими дилеммами, к числу которых можно отнести:

- выбор между краткосрочной выгодой и долгосрочным результатом;
- соотношение целей и средств их достижения;
- соотношение материальных и духовных ценностей;
- соотношение личных и общественных интересов.

4. Контрольные вопросы

1. На что опираются моральные нормы?
2. Что такое благородство?
3. Что такое мораль?

5. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Объяснить сущность таких категорий морали, как долг, совесть, честь и достоинство.
3. Записать 10 заповедей в применении с современным бизнесом.

5. Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;
- 6.5 Выполнение работы.

Практическая работа 14

Планирование в малом бизнесе. Бизнес-план

1 Цель работы

1. Узнать о существующей системе планирования в малом бизнесе.
2. Перечислить основные принципы бизнес-планирования.
3. Рассмотреть структуру бизнес-плана.
4. Разработать основные положения бизнес-плана.

1. **Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы**

Раздел 6 Бизнес-план предпринимательской деятельности

Тема 6.1 Планирование в малом бизнесе. Бизнес-план

3 Краткие теоретические сведения

Бизнес-план разрабатывается в целях эффективного управления и планирования бизнеса, является одним из основных инструментов управления предприятием.

Бизнес-план - документ, вырабатываемый новой или действующей фирмой, в котором систематизируются основные аспекты намеченного коммерческого мероприятия.

Предприятие может иметь одновременно несколько бизнес-планов, в которых степень детализации обоснований может быть различной. В малом предпринимательстве бизнес-план и план предприятия могут совпадать и по объему и по содержанию.

Обычно бизнес-план составляется, когда:

создается новое предприятие;

реконструируется, расширяется действующее предприятие;

осуществляется переход на производство новой продукции или оказание новых услуг;

необходимо финансовое оздоровление предприятия.

Бизнес-план - это краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого или действующего бизнеса. Он описывает процесс функционирования фирмы, показывает, каким образом будут достигаться цели. Бизнес-план является постоянным документом: он систематически обновляется, в него вносятся изменения, связанными как с переменами, происходящими внутри фирмы, так и с изменениями на рынке, в экономике в целом.

Бизнес-план разрабатывается для внешних и внутренних целей:

обоснование необходимости привлечения дополнительных инвестиций, демонстрация имеющихся у организации возможностей и привлечение со стороны инвесторов или банка.

Внутренние цели разработки бизнес-плана: выявление уровня профессиональных знаний управления персонала, понимание рыночной среды, реальное положение дел.

Цели бизнес-плана:

1. разработка проекта открытия нового дела и получение на выполнение проекта необходимых производственных ресурсов, в первую очередь денежных средств;
2. разработка новой стратегии или тактики развития предприятия на долгосрочный период (3-5 лет);
3. разработка инновационных проектов;
4. обоснование и реализация инвестиционных проектов;
5. проведение реорганизации, санации, финансового оздоровления.

Бизнес-планирование текущей деятельности и создание нового предприятия является наиболее комплексным и объемным.

Бизнес-план - это средство управления предприятием, освещает и предписывает последовательность решения следующих задач:

1. Формируются долговременные и краткосрочные цели предприятия, конкретные направления деятельности, стратегии и тактики их достижения.
2. Обосновывается экономическая целесообразность направлений развития фирмы.
3. Выбирается состав, и определяются показатели товаров и услуг, которые будут предлагаться потребителям.
4. Определяется состав маркетинговых мероприятий предприятия по изучению рынка, рекламе, стимулированию продаж, каналов сбыта.
5. Оцениваются технические, технологические возможности, соответствие кадров предприятия и условий для мотивации их труда требованиям по достижению поставленных целей.
6. Оценивается материальное и финансовое положение предприятия.
7. Определяются источники финансирования реализации выбранной стратегии.
8. Рассчитываются ожидаемые финансовые результаты деятельности.
9. Предусматриваются трудности и «подводные камни», которые могут помешать выполнению бизнес-плана.

Любой бизнес-план должен давать убедительные ответы для самого предпринимателя и его возможных партнеров, по крайней мере, на пять основных вопросов.

Предприятие может иметь одновременно несколько бизнес-планов, в которых степень детализации обоснований может быть различной. В малом предпринимательстве бизнес-план и план предприятия могут совпадать и по объему и по содержанию.

4. Контрольные вопросы

1. Что такое бизнес-план?
2. Что относится к главным компонентам процесса бизнес-планирования?
3. Какие разделы включает в себя структура бизнес-плана?
4. В чем состоит описание базового предприятия?
5. Для каких задач предназначен бизнес-план?
6. Что включает в себя информация, представляемая в финансовом плане?
7. По каким бокам подбирается информация? Охарактеризуйте их.

5. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Составить схему потребностей предпринимателя.
3. Какие вопросы могут возникнуть у предпринимателя для понятия содержания предпринимательской идеи?
4. Дать характеристики резюме, описания продукта, плана производства и организационного плана.
5. Охарактеризовать ошибки, возникающие в ходе бизнес-планирования

5. Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;
- 6.5 Выполнение работы.

Практическая работа 15

Финансовое планирование в предпринимательской деятельности

1. Цель работы

1. Знать понятие «финансовый план».
2. Ознакомиться с видами рисков.
3. Знать приемы снижения рисков.

2. Разделы, темы рабочей программы, которые необходимо знать при выполнении и сдаче практической работы

Раздел 6 Бизнес-план предпринимательской деятельности

Тема 6.2 Финансовое планирование в предпринимательской деятельности

3 Краткие теоретические сведения

Финансовый план организации (предприятия) – это документ, отражающий объем поступления и расходования денежных средств, фиксирующий баланс доходов и направлений расходов организации (предприятия), включая платежи в бюджет на планируемый период.

Финансовое планирование охватывает широкий спектр финансовых отношений. Сюда входят следующие отношения:

- между организацией (предприятием) и различными субъектами хозяйствования;
- собственниками организации (предприятия), трудовыми коллективами и отдельными работниками;
- субъектами хозяйствования, входящими в объединение, и самим объединением, а также между субъектами хозяйствования и хозяйственными подразделениями внутри них;
- организациями (предприятиями), объединениями и государственным бюджетом;
- организациями (предприятиями) и коммерческими банками;
- организациями (предприятиями) и страховыми организациями.

Финансовый план упорядочивает эти отношения, позволяет заранее предвидеть финансовые результаты деятельности организации (предприятия) и так организовать движение финансовых потоков, чтобы они служили достижению целей, предусмотренных стратегическим и тактическим планами.

Основная цель финансового планирования состоит в том, чтобы сбалансировать намечаемые расходы организации (предприятия) с финансовыми возможностями. Финансовый план организации (предприятия) составляется в виде баланса доходов и расходов, а также расчетных форм для определения статей баланса.

Баланс доходов и расходов состоит из следующих разделов:

- доходы и поступления средств;
- расходы и отчисления средств;
- платежи в бюджет;
- ассигнования из бюджета.

4. Контрольные вопросы

1. Что такое финансовый риск?
2. Какие показатели являются критериями эффективности проекта?
3. Какие существуют финансовые риски?

5. Задания

1. Дать письменный ответ на контрольные вопросы.
2. Дать определение понятию «финансовый план».
3. Охарактеризовать виды рисков.
4. Охарактеризовать приемы снижения рисков.

5. Структура отчета

- 6.1 Номер и наименование практической работы;
- 6.2 Цель работы;
- 6.3 Контрольные вопросы;
- 6.4 Задание;
- 6.5 Выполнение работы.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Голубева Т.М. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / Т.М.Голубева — М.: ФОРУМ, 2012. – 272с.
2. Переверзев М.П., Лунева А.М. Основы предпринимательства: Учебник – М.: ИНФРА-М, 2011. – 176с.
3. Алейников А. Н. Предпринимательская деятельность: Учеб.-практ. пособие. – М.: Новое знание, 2013. – 304 с.
4. Абчук В. А. Курс предпринимательства: Учеб.пособие. – СПб.: Альфа, 2011. – 544 с.
5. Лапуста М.Г., Мазурина Т.Ю. Предпринимательство: Учебн. Пособие. – М.: РИОР, 2012. – 120с.

Дополнительные источники:

1. Гражданский кодекс РФ ч.1и ч.2.
2. Закон Российской Федерации «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении контроля» №134-ФЗ-М.: ИНФРА-М,2013.-16с.
3. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей».-М.: «ЮРКНИГА», 2014.-32с.
4. Закон Российской Федерации «О лицензировании отдельных видов деятельности» №2-ФЗ.

Закон Российской Федерации «Об информации, информатизации и защите информации» №24-ФЗ.

