

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Щёкина Вера Витальевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 28.03.2024 08:01:06

Уникальный программный ключ:

a2232a55157e576551a8999b119089



Основан —

в 1930

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Благовещенский государственный педагогический университет»

ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА Рабочая программа дисциплины

«УТВЕРЖДАЮ»

Декан

индустрально-педагогического факультета
ФГБОУ ВО «БГПУ»

Н.В. Слесаренко

«24» марта 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки

38.03.02 – МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль

«МАРКЕТИНГ»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Принята на заседании кафедры
экономики и управления
(протокол № 7 от «17» марта 2023 г.)

Благовещенск 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Пояснительная записка	3
2.	Учебно-тематический план	4
3.	Содержание дисциплины	6
4.	Методические рекомендации (указания) для студентов по изучению дисциплины	8
5.	Практикум по дисциплине	10
6.	Дидактические материалы для контроля (самоконтроля) усвоенного материала	27
7.	Перечень информационных технологий	33
8.	Список литературы и электронных ресурсов	33
9.	Материально-техническая база	35
10.	Лист изменений и дополнений	36

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи освоения учебной дисциплины. Цель курса «Основы предпринимательской деятельности» – формирование у студентов необходимых теоретических знаний и практических навыков по созданию собственного предпринимательского дела.

Задачи освоения дисциплины:

- раскрыть сущность предпринимательства, показать его общественную функцию;
- проанализировать нормативно-правовую базу предпринимательства;
- изучить основные способы организации бизнеса,
- сформировать и совершенствовать ряд профессиональных компетенций, необходимых для предпринимательской деятельности.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения. В результате освоения дисциплины «Основы предпринимательской деятельности» выпускник готовится к предпринимательской деятельности и должен обладать следующими профессиональными (ПК) компетенциями:

- способен проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений (ПК-42);
- умеет находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею (ПК-48);
- способен разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов (ПК-49);
- способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: понятие, функции и виды предпринимательства; порядок разработки и реализации предпринимательских идей (бизнес-идей); приоритеты развития экономики как источника формирования инновационных бизнес-идей; порядок постановки целей бизнеса и организационные вопросы его создания; правовой статус предпринимателя, организационно-правовые формы юридического лица и этапы процесса его образования; порядок лицензирования отдельных видов деятельности; сущность и назначение бизнес-плана, требования к его структуре и содержанию; методики составления бизнес-плана и оценки его эффективности; основы построения и совершенствования бизнес-моделей.

уметь: разрабатывать и реализовывать предпринимательские бизнес-идеи; формировать инновационные бизнес-идеи на основе приоритетов развития экономики; ставить цели в соответствии с бизнес-идеями, решать организационные вопросы создания бизнеса; формировать пакет документов для регистрации субъектов малого предпринимательства; готовить документы для лицензирования предпринимательской деятельности; составлять бизнес-план.

владеть: перспективными технологиями и современным инструментарием стратегического менеджмента для совершенствования взаимодействия элементов организации и повышения эффективности ее деятельности.

1.3 Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Основы предпринимательской деятельности» относится к дисциплинам по выбору профессионального цикла ООП. Программа дисциплины ориентирована на базовые знания, приобретенные студентами по всем дисциплинам учебного плана ОПП – Менеджмент. В наибольшей степени дисциплина «Основы предпринимательской деятельности» опирается на компетенции, теоретические знания и опыт, сформированные

при изучении таких курсов, как «Основы менеджмента», «Теория организации», «Экономика предприятия», «Хозяйственное право».

1.4 Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы или 108 ч.

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
Общая трудоемкость	108	4
Аудиторные занятия	54	
Лекции	22	
Лабораторные работы	32	
Самостоятельная работа	54	
Вид итогового контроля:		зачет

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ОЗО

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
Общая трудоемкость	108	4
Аудиторные занятия	12	
Лекции	6	
Лабораторные работы	6	
Самостоятельная работа	92	
Вид итогового контроля:	4	Зачет

2. Учебно-тематический план

Тема занятия	Виды учебной работы, включая СРС и трудоемкость (в час.)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по сем-рам)
	Всего	Лек-ции	Сем. (пр.) зан-я	СРС	
Тема 1. Предпринимательство: сущность цели и задачи	10	4	4	2	Опрос, практические задания, доклады, тестирование
Тема 2. Организационно-правовые формы предпринимательства	20	2	4	14	Опрос, практические задания, доклады, тестирование
Тема 3. Предпринимательский договор	18	2	4	12	Опрос, практические задания, доклады, тестирование
Тема 4. Построение бизнес-моделей	18	4	4	10	Опрос, практические задания, доклады, тестирование
Тема 5. Организация бизнес планирования	22	2	8	12	Опрос, практические задания, доклады, тестирование
Тема 6. Организация комплексной системы экономической безопасности	10	4	4	2	Опрос, практические задания, доклады, тестирование

предпринимательской деятельности					
Тема 7. Предпринимательская деятельность в образовательных организациях	10	4	4	2	Опрос, практические задания, доклады, тестирование
ИТОГО:	108	22	32	54	зачёт

Интерактивное обучение по дисциплине

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма интерактивного занятия	Кол-во часов
	Тема 1. Предпринимательство: сущность цели и задачи	ЛК	Лекция-дискуссия	2ч.
	Тема 2. Организационно-правовые формы предпринимательства	ПР	Работа в малых группах	2ч.
	Тема 3. Предпринимательский договор	ПР	Работа в малых группах	2 ч.
	Тема 4. Построение бизнес- моделей	ПР	Работа в малых группах	2ч.
	Тема 5. Организация бизнес планирования	ПР	Работа в малых группах	6ч.
	Тема 6. Организация комплексной системы экономической безопасности предпринимательской деятельности	ПР	Работа в малых группах	2 ч.
	Тема 7. Предпринимательская деятельность в образовательных организациях	ПР	Работа в малых группах	2ч.
	Всего			18/54

заочная форма обучения

Раздел дисциплины (темы)	Виды учебной работы, включая СРС и трудоемкость (в час.)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
	Все- го	Лек- ции	Сем. (пр.) зан-я	СРС	
Тема 1. Предпринимательство: сущность цели и задачи	10	1	2	7	Опрос, практические задания, доклады, тестирование
Тема 2. Организационно-правовые формы предпринимательства	20	1	-	19	Вопросы к зачёту
Тема 3. Предпринимательский договор	18	-	2	16	Опрос, практические задания, доклады, тестирование
Тема 4. Построение бизнес- моделей	18	1	1	17	Опрос, практические задания, доклады

Тема 5. Организация бизнес планирования	22	1	1	20	Опрос, практические задания, доклады, тестирование
Тема 6. Организация комплексной системы экономической безопасности предпринимательской деятельности	10	1	-	9	Вопросы к зачёту
Тема 7. Предпринимательская деятельность в образовательных организациях	10	1	-	8	Вопросы к зачёту
ИТОГО:	108	6	6	92+4	зачёт

Интерактивное обучение по дисциплине

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма интерактивного занятия	Кол-во часов
	Тема 3. Предпринимательский договор	ПР	Работа в малых группах	2ч.
	Тема 5. Организация бизнес планирования	ПР	Работа в малых группах	1 ч.
	Тема 7. Предпринимательская деятельность в образовательных организациях	ПР	Работа в малых группах	1 ч.
	Всего			4/12 (30%).

3. Содержание дисциплины

ТЕМА 1. Предпринимательство: сущность цели и задачи.

Предпринимательство как особая форма экономической деятельности. История развития теории предпринимательства. Развитие предпринимательства в России. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности. Цель предпринимательской деятельности. Среда предпринимательства. Экономическая среда предпринимательства. Правовая среда предпринимательства. Социально-культурная среда предпринимательства. Типология предпринимательства. Формы производственной предпринимательской деятельности. Посредническая предпринимательская деятельность. Предпринимательство в страховой и финансовой сфере. Предпринимательская идея и ее выбор. Предпринимательский капитал и способы его формирования.

ТЕМА 2. Организационно-правовые формы предпринимательства.

Понятие предприятия, его признаки. Классификация предприятий. Понятие юридического и физического лица в Российском законодательстве. Порядок регистрации предприятия. Учредительные документы предприятия. Учредительный договор. Устав предприятия. Предпринимательская деятельность гражданина. Виды юридического лица. Хозяйственные товарищества и общества. Полное товарищество. Товарищество на вере. Общество с ограниченной ответственностью. Акционерное общество. Акции. Производственные кооперативы. Государственные и муниципальные унитарные

предприятия. Государственные образовательные учреждения. Разграничение компетенции в области образования. Коммерческие и некоммерческие организации.

ТЕМА 3. Предпринимательский договор.

Общее понятие о предпринимательском договоре. Обязательства и основания его возникновения. Классификация договоров. Содержание договора. Существенные условия договора. Обычные условия договора. Случайные условия договора. Форма и виды договоров. Основные и предварительные договоры. Односторонние и взаимные договоры. Возмездные и безвозмездные договоры. Свободные и обязательные договоры. Взаимосогласованные договоры и договоры присоединения. Реальные и консенсуальные договоры. Порядок заключения договора. Общий порядок заключения договора. Заключение договора в обязательном порядке. Заключение договора на торгах. Оферта. Акцепт.. Залог. Условия поставки. Качество товара. Сертификация. Цена товара. Форма платежа. Чековые расчеты. Депозитный сертификат. Вексель. Аккредитив. Ответственность сторон. Форс-мажор.

ТЕМА 4. Построение бизнес-моделей.

Шаблон бизнес-модели – общая схема описания, анализа и построения бизнес-модели. Стили бизнес-моделей. Практические методики построения бизнес-моделей. Среда бизнес-моделирования. Оценка бизнес-моделей.

ТЕМА 5. Организация бизнес планирования.

Место бизнес плана в системе планирования предприятия. Структура и содержание бизнес-плана. Уровни планирования. Методика составления бизнес-плана.

ТЕМА 6. Организация комплексной системы экономической безопасности предпринимательской деятельности.

Современные подходы к комплексному обеспечению экономической безопасности предпринимательской деятельности. Юридико-правовые и организационные меры по обеспечению экономической безопасности предприятия. Мошенничество на финансовом и деловом рынках и защита от него. Обеспечение безопасности в работе с кадрами. Обеспечение безопасности посредством проверки контрагентов. Аудит как форма обеспечения экономической безопасности предприятия.

ТЕМА 7. Предпринимательская деятельность в образовательных организациях.

Государственная политика в области образования. Образовательные организации. Типы образовательных организаций. Порядок создания и регламентации деятельности образовательной организации. Права образовательных организаций в области предпринимательства. Отношения собственности в системе образования. Источники финансирования системы образования. Права образовательной организации на пользование финансовыми и материальными средствами. Платные дополнительные образовательные услуги государственной и муниципальной образовательной организаций.

Образовательные технологии

Учебный процесс происходит с использованием разнообразных методов организации и осуществления учебно-познавательной деятельности (словесные, наглядные и практические методы передачи информации, проблемные лекции и др.); стимулирования и мотивации учебно-познавательной деятельности (дискуссии и др.); контроля и самоконтроля (индивидуального и фронтального, устного и письменного опроса, экзамена).

С целью развития профессиональных навыков обучающегося при реализации дисциплины «Стратегический менеджмент» в учебном процессе используются (более 20%) активные и интерактивные формы проведения занятий: проблемные и интерактивные (с использованием

мультимедиа) лекции; дискуссии; анализ конкретных ситуаций; «мозговой штурм»; метод проектов; тестирование.

4. Методические рекомендации (указания) для студентов по изучению дисциплины

Организуя свою самостоятельную работу по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности» студенты должны выявить рекомендуемый режим и характер учебной работы по изучению теоретического курса, практических и/или семинарских занятий, лабораторных работ (практикумов), и практическому применению изученного материала, по выполнению заданий для самостоятельной работы, по использованию информационных технологий и т.д.

Прежде всего, студент обязан ознакомиться с указанным в методическом материале по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности» перечнем учебно-методических изданий, рекомендуемых студентам для подготовки к занятиям и выполнения самостоятельной работы, а также с методическими материалами на бумажных и/или электронных носителях, выпущенных кафедрой и предоставляемые студентам во время занятий.

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом должна соответствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы содержатся в специальных методических пособиях.

Следует учитывать, что задания по самостоятельной работе могут быть оформлены в виде таблицы с указанием конкретного вида самостоятельной работы:

- конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
- проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов на семинарах и практических занятиях, к участию в тематических дискуссиях и деловых играх;
- работа с нормативными документами и законодательной базой;
- поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации, подготовка заключения по обзору;
- выполнение контрольных работ, творческих (проектных) заданий, курсовых работ (проектов);
- решение задач, упражнений;
- написание рефератов (эссе);
- работа с тестами и вопросами для самопроверки;
- моделирование и/или анализ конкретных проблемных ситуаций;
- обработка статистических данных, нормативных материалов;
- анализ статистических и фактических материалов, составление выводов на основе проведенного анализа и т.д.

Самостоятельная работа по изучению дисциплины «Основы предпринимательской деятельности» должна носить систематический характер, быть интересной и привлекательной для студента.

Организуя самостоятельную работу, студент должен учитывать, что результаты контролируются преподавателем и учитываются при аттестации студента. При этом проводятся: тестирование, экспресс-опрос на семинарских и практических занятиях, заслушивание докладов, проверка письменных работ и т.д.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ РЕФЕРАТОВ.

Написание реферата является одной из форм обучения студентов, направленной на организацию и повышение уровня самостоятельной и научной работы студентов, целями которой являются расширение научного кругозора студентов, ознакомление с методологией научного поиска.

Реферат как форма студенческой работы – краткий обзор ряда публикаций по избранной теме, с элементами сопоставительного анализа данных материалов и с последующими выводами.

При обзоре должна проводиться и исследовательская работа, но объем ее ограничен, так как анализируются уже сделанные предыдущими исследователями выводы и в связи с небольшим объемом данной работы.

Темы рефератов и эссе определяются преподавателем и содержатся в рабочей программе. Преподаватель рекомендует литературу, которая может быть использована для написания рефератов.

Целями рефератов являются:

- привитие студентам навыков библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде);
- привитие студентам навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно грамотным языком и в хорошем стиле;
- приобретение навыка грамотного оформления ссылок на используемые источники, правильного цитирования авторского текста;
- выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем продолжалось в подготовке и написании курсовых и дипломной работы и дальнейших научных трудах.

Основные задачи при написании реферата:

- с максимальной полнотой использовать литературу по выбранной теме (как рекомендуемую, так и самостоятельно подобранныю) для правильного понимания авторской позиции;
- верно (без искажения смысла) передать авторскую позицию в своей работе;
- обоснованно интерпретировать взгляды автора, исходя из своей общей мировоззренческой позиции;
- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с тем или иным автором по данной проблеме.

Требования к содержанию:

- материал, использованный в реферате и эссе, должен относиться строго к выбранной теме;
- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.);
- при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;
- реферат и эссе должны заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой вы солидарны.

ПРИМЕРНАЯ СТРУКТУРА И ОФОРМЛЕНИЕ РЕФЕРАТА

1. Реферат (эссе) начинается с титульного листа.
2. За титульным листом следует оглавление. Оглавление – это план реферата, в котором каждому разделу должен соответствовать номер страницы, на которой он начинается.
3. Текст делится на три части: введение, основная часть и заключение.
4. Введение – раздел реферата, посвященный постановке проблемы, которая будет рассматриваться и обоснованию выбора темы.

5. Основная часть – основное звено работы, в котором последовательно раскрывается выбранная тема. Основная часть может быть представлена как цельным текстом, так и разделена на главы. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст.
6. Заключение – раздел реферата, представленный в виде кратких выводов, которые делаются на основе подготовленного текста. Выводы должны быть краткими и четкими. Также в заключении можно обозначить проблемы, которые "высветились" в ходе работы над рефератом, но не были раскрыты в работе.
7. Список источников и литературы. Называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата (эссе), так и все иные, изученные им в связи с его подготовкой. В работе должно быть использовано не менее пяти разных источников. Работа, выполненная с использованием материала, содержащегося в одном научном источнике, является явным plagiatом и не принимается.
8. Список источников и литературы должно соответствовать требованиям библиографических стандартов (см. оформление списка источников и литературы).
9. При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:
 - текст цитаты заключается в кавычки и приводится без изменений, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента (пропуск слов, предложений или абзацев допускается, если не влечет искажения всего фрагмента и обозначается многоточием, которое ставится на месте пропуска) и без искажения смысла;
 - каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.
10. Оценивая реферат, преподаватель обращает внимание на следующее:
 - соответствие содержания выбранной теме;
 - отсутствие в тексте отступлений от темы;
 - соблюдение структуры работы, четка ли она и обоснована;
 - умение работать с научной литературой – вычленять проблему из контекста;
 - умение логически мыслить; культуру письменной речи;
 - умение оформлять научный текст (правильное применение и оформление ссылок, составление библиографии);
 - умение правильно понять позицию авторов, работы которых использовались при написании реферата;
 - способность верно, без искажения передать используемый авторский материал;
 - аккуратность и правильность оформления, а также технического выполнения работы.
11. Реферат должен быть сдан для проверки в установленный срок.

5. Практикум по дисциплине

ТЕМА № 1. Предпринимательство: сущность цели и задачи Вопросы и задания для самостоятельной работы.

1. Покажите эволюцию взглядов на сущность и содержание предпринимательства.
2. Перечислите признаки предпринимательства.
3. Назовите и охарактеризуйте функции предпринимательства.
4. Перечислите основные принципы, на которых осуществляется предпринимательство.
5. Какие задачи необходимо решить в начале предпринимательской деятельности?
6. Имеет ли предпринимательство, на Ваш взгляд, значение общественно полезной деятельности?
7. Перечислите субъекты предпринимательской деятельности, охарактеризуйте их.
8. Определите основные элементы внешней и внутренней среды предпринимательства.

9. Дайте определение понятия «культура» предпринимательства. Назовите составные элементы культуры предпринимательства. Поясните, в чем состоит содержание культуры предпринимательской организации.
10. Что такое государственное предпринимательство. Назовите причины существования государственного предпринимательства.
11. Чем отличаются права оперативного управления от прав хозяйственного ведения.
12. Что такое производственное предпринимательство. Дайте характеристику его основным признакам.
13. Назовите основные формы посредничества.
14. Перечислите основные функции финансово-кредитного предпринимательства.
15. Каково значение консалтинговых услуг в современных условиях?
16. В чем заключаются преимущества и недостатки франчайзинга?

Тесты для самоконтроля

1. В России предпринимательскую деятельность могут осуществлять:

- а) только юридические лица
- б) юридические лица и граждане, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей**
- в) юридические лица и граждане
- г) граждане, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей

2. Возможно ли развитие предпринимательства на основе смешанной (частной и государственной) собственности?

- а) нет
- б) да
- в) да, в форме акционерного общества**
- г) да, в форме совместной собственности

3. К функциям предпринимательства не относится:

- а) новаторская**
- б) хозяйственная
- в) этическая
- г) социальная**
- д) ресурсная
- е) организаторская**
- ж) общеэкономическая**
- з) методологическая

4. Главная черта характера предпринимателя – это:

- а) целеустремленность
- б) умение командовать
- в) готовность к риску**
- г) упрямство

5. Предпринимательская деятельность — это деятельность:

- а) направленная на систематическое получение прибыли
- б) с использованием инноваций, самостоятельная, осуществляется на свой риск** деятельность, направленная на систематическое получение прибыли
- в) осуществляется на свой риск

6. Основным условием развития предпринимательства является:

- а) научно обоснованное исследование деятельности предприятия
- б) существование частной собственности**
- в) изучение психологического климата на предприятии
- г) оценка эффективности развития отдельных подразделений предприятия

7. К основным элементам инновационной инфраструктуры относятся:

- а) наукограды**

б) технофермы

в) финансово-промышленные группы

г) холдинги

е) бизнес-инкубаторы

8. Главные сферы предпринимательства — это:

а) маркетинговая;

б) производственная

в) коммерческая

г) организационная

д) инновационная

е) финансовая

ж) сфера потребления.

9. Не является средствами воздействия предпринимателя на потребителя:

а) новизна товара и его соответствие интересу потребителя

б) качество товара

в) внешний вид и упаковка

г) возможность воспользоваться услугами послепродажного сервиса

д) стоимость аренды

е) соответствие общепринятым или государственным стандартам

10. Субъектами предпринимательской деятельности в РФ могут быть:

а) не ограниченные в своей дееспособности граждане РФ;

б) иностранные граждане;

в) лица без гражданства;

г) российские и иностранные юридические лица;

д) все перечисленное выше.

КЕЙС 1.

Кейс составлен по материалам опубликованным в журнале «Секрет Фирмы»

Журнал "Коммерсантъ Секрет Фирмы" №12 от 04.12.2014, стр. 110

<http://www.kommersant.ru/doc/2614770>

"Додо пицца"

Год основания: 2011

Предприниматель из Сыктывкара Федор Овчинников несколько лет пытался развивать небольшую розничную сеть по продаже книг, но в 2010 году потерпел неудачу и решил заняться чем-нибудь другим. Самой привлекательной нишой ему тогда показался фастфуд. Чтобы вникнуть во все нюансы, Овчинников переехал в Петербург и поработал в нескольких заведениях общепита на разных позициях. Увидев, как устроен фастфуд, он вернулся в Сыктывкар, чтобы открыть свою собственную пиццерию.

Первая "Додо пицца" появилась весной 2011 года. Деньги на ее открытие Овчинников взял у партнера по предыдущему бизнесу. По его словам, уже в декабре выручка пиццерии, работавшей только на доставку, превысила 1 млн руб. Для общепита в небольшом городе это был хороший показатель. Но к тому моменту предприниматель задумал сделать из "Додо пиццы" **стартап** на миллиард. "Я решил развивать "Додо" как ИТ-компанию и изобрести более эффективную модель пиццерии", — вспоминает Овчинников. Был создан веб-сервис Dodo IS, благодаря которому клиенты пиццерии могли следить за ее работой в онлайне, а менеджмент "Додо" анализировал бы эффективность сотрудников. Овчинников предположил, что такое решение поможет сделать бренд популярным и заработать на **франчайзинге**.

Предчувствия предпринимателя не обманули: весной 2012 года "Додо пицца" продала первые две **франшизы**. Сегодня сеть насчитывает 22 пиццерии. К началу 2015 года она должна увеличиться более чем в два раза — до 50 пиццерий. Франшизы на их открытие, по

словам Овчинникова, уже проданы. **Паушальный взнос** составляет 350 тыс. руб., **роялти** — 3,5% выручки в первый год и 5% во второй. Кроме того, "Додо пицца" привлекла 33 млн руб. в виде займов (под 4% в долларах) от частных лиц. Овчинников говорит, что эти деньги нужны ему на развитие Dodo IS и "инфраструктуры для масштабирования бизнеса". В 2017 году стартапер обещает вернуть деньги или конвертировать займы в акции "Додо пиццы".

Летом 2014 года Овчинников умудрился рассказать о своей сети буквально всему миру. "Додо пицца" договорилась с компанией по сборке дронов "Коптер экспресс" и первой в мире осуществила доставку пиццы беспилотником. Сюжеты о революции в доставке еды, совершенной улыбчивыми парнями в Сыктывкаре, появились в ведущих мировых СМИ. Позже прокуратура запретила доставку, сославшись на то, что это не разрешено законом. Но маркетинговый эффект увеличил узнаваемость бренда до небывалых высот.

Общая годовая выручка созданной Овчинниковым сети, по его подсчетам, составит 450 млн руб., а в 2015 году за счет открытия новых пиццерий увеличится до 1 млрд руб. Стартапер говорит, что сам пока не получает прибыль, но надеется выйти в плюс в ближайшие шесть-восемь месяцев. План на 2020 год — довести число пиццерий до нескольких тысяч и нарастить выручку до 40 млрд руб. Выглядит слишком уж оптимистично. Но вряд ли кто-то верил еще полгода назад и в то, что первую пиццу беспилотником доставят жителю Сыктывкара.

ЗАДАНИЕ

Определите какие инновационные идеи помогли предпринимателю развить бизнес.

Дайте определения выделенным в тексте понятиям.

Информационные источники:

Долгая дорога. Способы масштабирования бизнеса <http://ibusiness.ru/blogs/21570>

КЕЙС 2.

Торговать качественной, а значит, недешевой одеждой в маленьком городе – задача не из легких. Но сложность ее возрастает в несколько раз, если в 120 км от этого города располагается такой мегаполис, как Москва. Тем не менее три предпринимательницы из Дубны уже полтора года пытаются конкурировать со столицей.

Идея заняться бизнесом у Марии Пилипенко и двух ее подруг родилась благодаря случайному знакомству с поставщиком меховых изделий. Сначала хотели продавать шубы, но не сложилось – потребовался значительный стартовый капитал. Тем не менее желание открыть свое дело не исчезло. А поскольку в городе не только не было хорошего магазина мехов, но и вообще никто не продавал качественную верхнюю одежду, выбрали менее затратный вариант: открыли в Дубне первый магазин женских пальто.

Поначалу торговля шла удачно, но с окончанием сезона пошла на спад. «Хороший для открытия и раскрутки слоган „первый магазин пальто” сыграл с нами злую шутку весной, – признается Мария Пилипенко. – Покупатели, уверенные, что в нашем магазине можно найти только верхнюю одежду, просто перестали к нам приходить». Чтобы преодолеть фактор сезонности и заявить о себе как о магазине женской одежды с широким ассортиментом, партнеры взяли кредит и включили в товарную матрицу внесезонную одежду и аксессуары. Также решено было открыть второй 25-метровый магазин в городе.

Одежда в магазинах с вывеской «Марго» (название позаимствовано у тверского производителя одежды) считается по меркам Дубны недешевой. Средняя стоимость, например, пальто составляет 4–4,5 тыс. руб. Но предпринимательницы утверждают, что для качественной и модной одежды, которую они напрямую закупают у российских и белорусских фабрик, это нормальная цена, ведь торговая наценка в их магазинах не превышает божеский по российским меркам уровень 50–60%. «У нас свыше полутора десятков поставщиков. Покупателю нравится наш ассортимент, и он ценит, что мы не продаем „Турцию”, – говорит Мария Пилипенко.

В своем городе компаньоны заняли свободную нишу, но в полной мере использовать эту фору не смогли – обороты магазинов растут медленно. Последний квартал текущего года показал лишь 15-процентный прирост по отношению к аналогичному периоду прошлого. Тем не менее потенциал для более интенсивного роста бизнеса в 60-тысячной Дубне есть, считают предпринимательницы. Один из признаков растущей покупательской способности населения – повышенный спрос на стройматериалы и бытовую технику. Между тем «ходеваться» местные жители привыкли в Москве. На этом, кстати, зарабатывают местные бизнесмены – несколько раз в месяц ходят автобус до химкинской «Меги».

В самой Дубне сильных конкурентов у магазинов «Марго» пока нет: два дешевых рынка не в счет, а из сетей в городе обосновались только занимающие нишу молодежной одежды Sela и «Твое». Открывшийся недавно еще один магазин верхней одежды продает пальто лишь одной фабрики и проигрывает по модельному ряду.

Как признает Мария Пилипенко, пальто поставщиков «Марго» можно встретить на Черкизовском рынке в Москве – правда, на 10–15% дороже. Казалось бы, явное преимущество в цене должно заставить покупателя выбирать магазины в Дубне. Иногда так и происходит – покупательницы возвращаются за пальто, которое присмотрели, но лишь после того, как съездят в Москву и проведут самостоятельное маркетинговое исследование.

Женщины 20–45 лет, приобретающие одежду на местных рынках, а также на рынках и в магазинах Москвы, – так определяют свою целевую аудиторию сами предпринимательницы. Особняком стоит еще одна довольно многочисленная категория потенциальных покупателей – дамы, которые одежду почти не покупают. «Это специфика маленького города, – уверена Мария Пилипенко. – Дело в том, что у нас никто не будет удивляться и тем более осуждать человека, постоянно ходящего на работу в одном и том же».

И дело здесь не в уровне благосостояния. В маленьком городе, где все друг друга знают, не принято наряжаться:дресс-код у работодателей не принят, а «выйти» особо некуда. «Если суметь донести до этих людей, что хорошая одежда приносит удовольствие и придает уверенность, вызывает к ним интерес других и помогает продвижению по службе, это позитивно скажется на наших продажах», – убеждена Пилипенко.

Пытаясь стимулировать спрос, хозяйки магазинов активно экспериментируют. «Горожанам не свойственно готовить сани летом. Сезон прошел, и люди говорят: слава богу, что мы не потратились в этом году на пальто, – рассказывает Мария Пилипенко. – Поэтому приходится проводить распродажу перед началом сезона, когда с каждым днем становится все холоднее и откладывать решение вопроса о покупке теплого пальто, тем более с существенной скидкой, уже не имеет смысла».

Ни о чем не подозревающие жители Дубны уже подверглись воздействию практически всех инструментов традиционной рекламы и клиентоориентированного маркетинга: наружная реклама и реклама в газетах, директ-мейл, дисконтные карты и программы лояльности (пусть и в упрощенном виде), подарочные акции, кросс-маркетинговые программы (с прачечной и салоном красоты), партнерская программа с банком, позволяющая кредитовать клиентов.

Наконец, целевые акции для будущих мам, мультики для детей покупательниц, индивидуальные скидки. (Мария Пилипенко признает, что иногда они перебарщивают в желании угодить клиенту – к примеру, бесплатно предоставляя новый комплект пуговиц клиентке, потерявшей две пуговицы от пальто и не нашедшей, чем их заменить).

Конечно, не все это разнообразие работает. Так, провалилась совместная акция магазинов «Марго» с салоном красоты. Ни один из покупателей, получивших в подарок бесплатный абонемент на косметические процедуры, не воспользовался этой услугой – оформление приглашения не вызывало ассоциаций с элитным (по местным меркам) салоном красоты.

Не дала эффекта попытка рекламировать свои магазины в местных газетах. Не сработала и целевая реклама в женских консультациях. А опрос среди покупателей показал, что большинство жителей Дубны узнали об открытии магазина не из листовок и билбордов,

а от своих знакомых и родственников. «Сарафанное радио оказалось основным каналом распространения информации в городе», — констатирует Мария Пилипенко.

Несмотря на неудачи, предпринимательницы стараются не унывать. Их энтузиазм отчасти поддерживается и историями успеха крупнейших бизнесменов, таких как Сэм Уолт, в свое время тоже начинавший с крошечного магазина в маленьком провинциальном городе.

Кроме того, Марию Пилипенко вдохновляют перспективы, которые открываются с развитием Дубны. Скоро в городе будет размещена одна из семи российских особых экономических зон, и Дубна превратится в крупнейший российский научно-внедренческий центр, что привлечет новые инвестиции, увеличит население города и, предположительно, его доходы.

Правда, подобное укрепление имеет и обратную сторону — приход одежного ритейла. Предпринимательницы понимают, что рано или поздно придется выбирать между собственным бизнесом и франшизой. «Но к тому времени, когда большим сетям будет интересна Дубна, мы сможем предложить свои опыт и знание местного рынка», — надеется Мария Пилипенко.

ЗАДАНИЕ

Разработайте программу лояльности для компании «Марго». Предложите, аргументировано, перспективные направления совершенствования бизнеса компании.

КЕЙС 3.

По материалам журнала «Секрет фирмы» <http://www.kommersant.ru/doc/1663839>

Новосибирский предприниматель Владислав Мирчев изобрел инновационный принтер и привлек инвестиции "Роснано". Чтобы организовать продажи нестандартного товара, ему пришлось самому создать рынок сбыта.

В середине 2000-х на рынке широкоформатной печати появилась новая технология — UV-печать. UV-принтеры могут печатать на любых поверхностях: стекле, дереве, металле и пр. Однако ультрафиолетовые лампы, которые используются в UV-печати, быстро перегорали, а чернила не всегда были стойкими.

Тогда Мирчев задумал создать первый российский UV-принтер. Сотрудники "Сан" предложили заменить ультрафиолетовые лампы на светодиодные. У светодиодов срок службы — 40 тыс. часов, а у ультрафиолетовых ламп — всего 600. На изобретение нового принтера Мирчев выделил около \$3 млн., разработкой занимались 30 новосибирских ученых. В 2007 году они создали принтер UV-LED Evolution. Внешне он напоминает огромный, размером с бильярдный стол, копировальный аппарат. Изображение можно нанести на любой плоский (до 20 см. толщиной) предмет.

"Это был фурор, — вспоминает технический менеджер британской компании Industrial Inkjet Сергей Белокуров. — Никому не известная компания из России привозит на европейскую выставку UV-LED-принтер, который мировые концерны не могут разработать". В производство Владислав вложил еще около \$5 млн, но для совершенствования технологии требовалась серьезные инвестиции. Однако и тут Мирчеву повезло.

В 2008 году на одной из выставок Владислав познакомился с Анатолием Чубайсом. Главу "Роснано" технология заинтересовала, он пообещал инвестировать в проект более 1 млрд руб. в обмен на 45% акций компании. Правда, деньги поступили не в сентябре 2009 года, как было обещано, а в мае 2010-го. "Чубайс говорил, давайте делать, все решим, но сам уехал, например, в командировку, и его менеджеры все тормозят", — жалуется Мирчев. Чтобы продержаться, ему пришлось продать личную недвижимость на 50 млн руб.

Пока Мирчев разворачивал производство, около десяти компаний, по словам Сергея Белокурова, начали выпускать UV-LED-принтеры. Европейские и американские принтеры

дороже российского (цена UV-LED Evolution — \$100 тыс.), а китайские хоть и дешевле, но менее надежны.

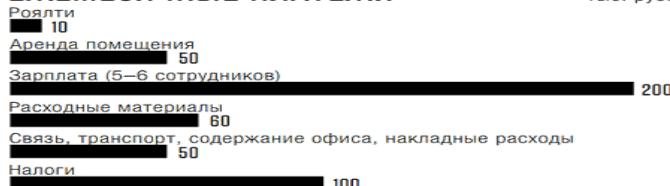
UV-LED-принтеры покупают в основном производители мебели, керамической плитки, дверей, натяжных потолков и сувениров. Но войну за этот рынок Мирчев, похоже, проиграл. С 2007-го по 2009 год "Сан" реализовала всего 100 своих принтеров на 300 млн руб.

РАСХОДЫ

ЗАПУСК ПРОЕКТА



ЕЖЕМЕСЯЧНЫЕ ПЛАТЕЖИ



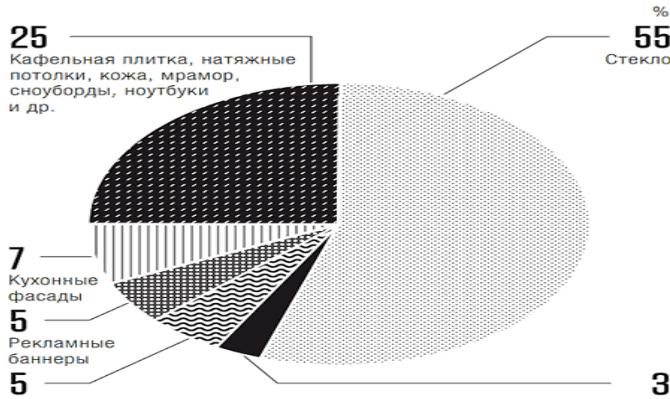
Источник: SUN Studio; приведены средние показатели по всей сети

8,5

МЛН РУБ.

выручки и около 3 млн руб. прибыли приносят в среднем каждая SUN Studio, уверяют в компании «Сан»

СТРУКТУРА ДОХОДОВ ОТ НАНЕСЕНИЯ ИЗОБРАЖЕНИЙ НА РАЗЛИЧНЫЕ ПОВЕРХНОСТИ



Источник: SUN Studio; приведены средние показатели по всей сети

выгоднее всего работать на аутсорсинге не с дизайнёрами, а с самими производителями фурнитуры, кухонных фасадов, строительными и проектными компаниями. Далеко не все из них могут позволить себе купить собственный UV-принтер.

Тогда Владислав Мирчев решил избежать прямой конфронтации с мощными конкурентами. В каждом городе-миллионнике есть небольшие студии, которые печатают календари и визитки. Почему бы не создать такой же рынок с UV-печатью, рассудил Мирчев. Но клиенты не знали, на каких конечных потребителей стоит ориентироваться, как устанавливать цены. Мирчев понял: чтобы продавать больше принтеров, нужно показать клиентам, как зарабатывать на этой технике.

Владислав предложил коммерческому директору "Сан" Антону Борушу открыть в 2008 году в Новосибирске студию UV-печати San Studio (большую часть денег вложил сам Владислав). Вскоре к партнерам присоединился другой сотрудник "Сан" Василий Минтюков, который открыл SUN Studio в Москве.

Изначально Антон решил, что его ключевыми клиентами будут дизайнеры — можно создавать дорогие уникальные интерьеры. Однако рынок оказался очень узким, и заказы в SUN Studio поступали редко.

Тогда Боруш начал работать напрямую с компаниями, которые производят и устанавливают натяжные потолки. Привычные однотонные потолки многим надоели, а вот с рисунками — другое дело. Вскоре принтер SUN Studio на 100% был загружен, но, по подсчетам Боруша, студия работала в ноль. Проблема в том, что площади у потолков большие, и такие заказчики получали максимальные скидки. "С потолками мы обожглись", — вспоминает Антон. В итоге выяснилось:

Рентабельность печати на дереве и стекле достигает 90% (в обычной оперативной полиграфии — 10-15%). Первая студия получила за первый же год работы около 1,5 млн руб. чистой прибыли.

К 2009 году Боруш и Минтюков описали весь свой опыт, рекомендуемые цены (например, печать на стекле — от 3,5 тыс. руб. за 1 кв. м, на дереве — от 2,5 тыс. руб.), а Мирчев в 2009 году учредил новое ОАО "Франчайзинговая компания "Сан""", которое начало продавать франшизу на SUN Studio. Никто из мировых производителей принтеров ничем подобным не занимался.

Костяк штата новой компании составили выходцы из коммерческого отдела ЗАО "Сан". Форма ОАО для совсем небольшого бизнеса была выбрана не случайно: Мирчев раздал миноритарные пакеты акций всем 40 сотрудникам этой компании, а себе оставил контрольный пакет. "Чего жалеть-то? — рассуждает Владислав.— Мне было важно заинтересовать людей".

Предприниматель из Йошкар-Олы Андрей Хорошилов купил франшизу SUN Studio, чтобы выделиться среди конкурентов. "Я один в городе печатаю на стекле", — гордится он. Но бизнес только спустя год начал приносить прибыль, хотя Боруш обещал, что дело начнет окупаться уже через полгода. Для продвижения новой необычной услуги была нужна массированная реклама, а все деньги Андрея ушли на запуск проекта.

Это и правда недешевое удовольствие. Паушальный взнос SUN Studio 300 тыс. руб. (в него входит обучение печатника и менеджера), роялти — 10 тыс. руб. в месяц, еще почти 3 млн руб. надо отдать за принтер (можно платить в рассрочку два года). По расчетам SUN Studio, без 4,5 млн руб. этот бизнес не начнешь. Между тем, по данным Deloshop, наибольшим спросом пользуются франшизы, на запуск которых требуется 0,6-1,5 млн руб.

Первыми франчайзи стали клиенты, которые уже купили UV-LED-принтеры и обладали технологиями работы с разными материалами. "Мы трудились уже год, когда появилась франшиза "Сан". Но все равно решили, что развиваться в составе сети выгоднее", — говорит управляющий SUN Studio в Томске Олег Баканов. Скидка 10% на чернила отбивает расходы на роялти.

Старым клиентам разрешили не платить паушальный взнос, взамен предложили им делиться с "Сан" своими наработками. Антон собирает отчеты франчайзи: с какими новыми материалами они экспериментировали, каких новых клиентов нашли — и рассыпает их по всей сети. Например, недавно студии начали наносить изображения на iPhone — многие владельцы телефонов готовы заплатить 1 тыс. руб., чтобы получить мобильный с уникальным рисунком. "Мы работаем как социальная сеть: один что-то придумал, а польза для всех", — говорит Антон.

Менее чем за два года SUN Studio привлекла 50 франчайзи. По словам исполнительного директора Deloshop Виктора Проскурина, для новой компании без имени и с высокими затратами на запуск бизнеса это очень хороший результат.

Среди франчайзи есть компании в Монголии, Турции, Таиланде и Франции. Например, в Таиланде студию открыли новосибирские бизнесмены, решившие сменить климат. В Монголии бизнес запустили местные предприниматели, которые учились в Новосибирском государственном университете. Условия франчайзинга и рынки сбыта за границей такие же, как и в России.

В прошлом году выручка "Сан" выросла на 30%, до 360 млн руб. Из них 200 млн руб. — это продажи в России, практически все принтеры купили франчайзи SUN Studio (некоторые приобретают два-три устройства). Но по бизнес-плану Мирчева оборот компании должен был превысить 1 млрд руб. Сказались задержка финансирования "Роснано" и кризис, уверяет бизнесмен.

Сейчас он планирует рекламировать SUN Studio и создать несколько собственных студий за рубежом. Для этого Мирчев регистрирует в ФСФР допэмиссию ОАО на 120 млн руб. (цена одной акции — 1 тыс. руб.) и рассчитывает привлечь в капитал собственных

франчайзи, дилеров и сотрудников. "Первый раз слышу, чтобы владелец брэнда предлагал своим франчайзи собственные акции", — говорит Виктор Проскурин.

Станут ли действующие франчайзи покупать акции головной компании — еще вопрос. Например, Андрей Хорошилов из Йошкар-Олы только-только начал выходить на прибыль. Пока часть допэмиссии готова выкупить только "Роснано". Если, конечно, Чубайс не уедет в очередную командировку.

Вопросы:

1. Перечислите предпринимательские идеи разработанные и реализованные Владиславом Мирчевым.
2. Что послужило толчком для возникновения этих идей?
3. Какие основные трудности возникали перед предпринимателем?

КЕЙС 4.

По материалам журнала «Секрет фирмы» <http://www.kommersant.ru/doc/1663828>

Дмитрий Потапенко, управляющий партнер Management Development Group

Недавно я был в Томске на форуме, посвященном стартапам. Организовала его местная администрация. В последнее время более модной темы у чиновников просто нет, разве только пресловутая модернизация. Такое ощущение, что государство всех хочет загнать в предприниматели. Я считаю, что делается это зря. Если человек по жизни предприниматель, то он неминуемо придет в бизнес. Мне постоянно задают один и тот же идиотский вопрос: "Почему вы занялись бизнесом?" Я традиционно рассказываю, что первую компанию зарегистрировал в 1989 году, когда мне исполнилось 18 лет, что называлась она "Черный барс" и т. д. и т. п. Недавно я понял: все началось значительно раньше. Во втором классе школы я вырезал печать из ластика и штамповал везде, где только мог, оттиск PSC. Это означало Potapenko Son and Company. Я был пионером, но, несмотря на это, увлеченно менялся фантиками, заклеив всю кухню вкладышами от иностранных жевательных резинок. Мне всегда хотелось что-то предпринимать, что-то делать. Бизнесом надо гореть, надо жить им. Если желания нет, то лучше и не начинать.

Есть очень несчастные люди, которых я называю "предпринимателями поневоле". Особенно много таких стало в кризис, когда людей выкидывали с работ, а они уходили в бизнес. Я вижу их сплошь и рядом: небольшие компании без перспектив развития с огромным количеством проблем. Рекомендация тут может быть одна: снова искать работу наемного менеджера. Не стоит надеяться и на то, что поощрение стартапов приведет к массовому рождению гениальных бизнесов. Мне недавно ребята из Перми рассказали, что у них победителем инновационного форума среди стартаперов стала компания, которая изготавливает резиновые коврики для автомобилей с изображениями Степашки, Хрюши и Фили. Я спросил, что же здесь оригинального. Мне объяснили, что эти коврики человек сам должен вырезать ножницами. Якобы очень удобно, можно точно вырезать под размер салона. Не берусь оценить перспективность такого бизнеса, а его создателю желаю всяческого процветания, но сам я этот коврик никогда не куплю.

В России не надо проводить семинары для стартаперов, не стоит раздавать им по 350 тыс. руб. в руки. Хотите расцвета малого бизнеса? Рецепт простой: развивайте то, что есть, снижайте налоги, начните, наконец, контролировать силовиков и прочих проверяльщиков. Тогда стартапы будут рождаться без всяких семинаров, конкурсов и подарков.

Вопросы.

1. Прокомментируйте аргументируя мнение Дмитрия Потапенко.
2. Какие проблемы развития предпринимательства в современной России вы видите?

КЕЙС 5.

Кейс составлен по материалам опубликованным в журнале «Секрет Фирмы»

Журнал "Коммерсантъ Секрет Фирмы" №4 от 01.04.2014, стр. 74
<http://www.kommersant.ru/doc/2427503>

Сотрудники компании Zappos называют себя "заппониане", делают татуировки ко дню рождения лидера, а клиентам доставляют не обувь, а счастье. Корреспондент "Секрета фирмы" посетил штаб-квартиру этой удивительной компании в Лас-Вегасе и выяснил, как обычный сервис превращается в выдающийся.

Текст: Юлия Фукулова

Редактор проекта: Владислав Коваленко

В зоне прилета аэропорта Лас-Вегаса гостей встречает звон игральных автоматов. Казино здесь на каждом шагу. Но кроме всемирно известных заведений, расположенных на улице Стрип, в городе есть место и для другого бизнеса. Zappos, крупнейший американский интернет-магазин обуви, одежды и аксессуаров с оборотом около \$2 млрд в год, был основан в Сан-Франциско. Но несколько лет назад он переехал в Неваду: здесь налоги меньше, чем в Калифорнии, и проще найти персонал для работы с клиентами. Сейчас компания занимает бывшее здание мэрии на Восток-Стюарт-авеню.

"Привет, я Джон!" — протягивает мне руку крупный лысый мужчина с серьгой в ухе. Он одет в джинсы и джинсовую рубашку, на руках кожаные и металлические браслеты. Евангелист Джон Вольски работает в Zappos шесть лет и знает о ее корпоративной культуре все. По его словам, в месяц в Zappos приходят на экскурсию около 1500 человек. Так что "люсиль" — бумажный шар, на который гости после экскурсии наклеивают свои беджи, — день ото дня становится все больше.



Добро пожаловать. На этом троне сфотографировалась не одна тысяча гостей, приходивших в Zappos на экскурсию

Фото: William Widmer/Redux/Fotolink/EASTNEWS

В просторном лобби стоят вешалки с одеждой: ее доставили из химчистки, чтобы сотрудники не отвлекались на домашнюю рутину. Рабочие зоны устроены по принципу open space, отдельных кабинетов ни у кого нет. На местах царит творческий хаос — бумажки, картинки, какие-то блестки. После года работы каждый сотрудник вешает над столом пластмассовую табличку со своим именем, у новичков они бумажные. Из смешных плакатов на стене можно узнать историю рекордных продаж компании. Например, что в 2012 году дневная выручка составила \$22 млн.

Неформальную атмосферу часто культивируют креативные компании, но для ритейла с его текучкой такой подход — редкость. Работать в Zappos мечтают многие: последние несколько лет компания регулярно входит в топ-100 лучших работодателей мира по версии

журнала Fortune. Корпоративная культура — основное конкурентное преимущество Zappos и движущая сила ее бизнеса, а с недавних пор еще и товар. Подразделение Zappos Insights не только организует экскурсии по офису, но и проводит платные сессии вопросов-ответов о культуре (\$50-200 с человека) или же о работе конкретного отдела (\$250-550). Трехдневный тренинг стоит уже \$6 тыс. за человека. Корпоративной культурой Zappos интересуются в разных странах, в том числе в России: в ее штаб-квартиру приезжали на учебу команды менеджеров из компании Enter, финансовой группы "Лайф", венчурного фонда "Лайф.Среда". Возможно, традиции Zappos приживутся и в нашей стране.

Культура "вай"

В Zappos любят сюрпризы: никогда не знаешь, что тебя ждет сегодня. По выходным площадка перед зданием иногда превращается в зоопарк. Приходишь на работу — а во дворе гуляют верблюды. Или пони.

В истории компании тоже было много неожиданностей и поворотов. В 2002 году владельцы Zappos решили отказаться от использования складов поставщиков, чтобы самостоятельно контролировать продажу и доставку. Ценой больших усилий молодая компания открыла собственный склад в Кентукки, рядом с хабом UPS, и сама занялась приемом и обработкой заказов. А небольшой поначалу ассортимент (сейчас в компании представлено более 1000 брендов) компенсировала качеством обслуживания. С тех пор классный сервис — идея фикс Zappos. Об этом написал в своем бестселлере "Доставляя счастье" Тони Шей, который стал сначала инвестором, а потом и CEO Zappos.

Компания не только доставляет товар бесплатно, его можно бесплатно вернуть в течение 365 дней. Zappos старается удивлять клиентов: вместо нескольких дней заказ нередко привозят в течение суток. Но скорость не главное преимущество. "Десять лет назад было круто доставить заказ на следующий день, но сегодня это обычное дело", — рассуждает профессор Енно Симсен из Университета Миннесоты, упомянув про доставку с помощью дронов, анонсированную некоторыми американскими компаниями.

Гораздо важнее — эмоциональный контакт с клиентом. Сердце Zappos — call-центр, он работает круглосуточно без выходных, из 1500 сотрудников компании здесь заняты 600 человек. На смену выходят несколько больше операторов, чем нужно, чтобы клиентам не приходилось ждать. По словам Джона Вольски, новички получают \$11 в час, а через три месяца — \$13 в час, это немного выше, чем в среднем по рынку. Каждый новый сотрудник Zappos независимо от должности поначалу работает на телефоне, а в пиковые периоды помогать в call-центре приходят все, кто может, включая топ-менеджеров.

На доске в call-центре я вижу цифры: за минувший день сотрудники приняли 9381 звонок, совершили 1612 контактов в чате и 1992 — по электронной почте. Компания ведет статистику, но количественные показатели в работе не важны. Как объясняет Джон Вольски, у операторов нет ни стандартов, ни инструкций и сценариев, главное — установить с клиентом эмоциональную связь. Оператор может послать клиенту цветы или открытку, поздравить со свадьбой или пожелать приятного отпуска. Если нет нужной модели товара — поищет ее в конкурирующих магазинах. Главное — не продать любой ценой сейчас, а сделать так, чтобы довольный клиент вернулся. Поэтому в Zappos нет лимита на телефонные разговоры. Рекордный, по словам Джона, длился более десяти часов.

Недоразумения, как правило, тоже решают в пользу клиента. Однажды на сайте bmt.com (Zappos продаёт через него товары со скидками) произошел сбой, и цена на все товары оказалась одинаковой — \$45,95. Компания потеряла больше \$1 млн, но доставила все заказы по указанной цене.

В итоге более 70% покупок Zappos совершают ее постоянные клиенты, и они советуют компанию своим знакомым. Поэтому Zappos не выделяет серьезных бюджетов на рекламу. В основном компания занимается маркетингом в онлайне. Да еще на шоссе, ведущим из Лас-Вегаса в Аризону, висят таблички, что Zappos является спонсором этой автомагистрали.

Но чтобы сотрудники заботились о клиентах как о членах своей семьи, они сами должны быть счастливы. Так в свое время решил Тони Шей.

Офисный очаг

Если люди вынуждены много времени проводить на работе, они должны ощущать себя как дома, иметь здесь близких друзей, рассудил Тони Шей. Для этого нужно больше общаться друг с другом. Поэтому сотрудники пользуются одним входом в офис, обедают в одной столовой, удаленная работа здесь вообще не приветствуется. В компании работают четыре фан-менеджера, которые придумывают развлечения и заботятся об атмосфере внутри компании. У руководителей есть бюджет на вечеринки, и они проводят со своими сотрудниками 10-20% нерабочего времени (боулинг, барбекю и т. п.). Даже собеседование при приеме на работу обычно завершается походом с будущими коллегами в клуб: в неформальной обстановке проще разобраться, кто есть кто, и принять решение.

В Zappos определили десяти ключевых ценностей, они напечатаны у каждого сотрудника на бедже, и кандидатов оценивают сквозь призму этих ценностей. После обучения новичку устраивают последнее испытание: предлагают деньги, чтобы он ушел. Так выясняют, "свой" это человек или "чужой". Сейчас "отступные" составляют \$4 тыс., но соглашаются немногие. Тони Шей когда-то признался, что несоответствие сотрудников корпоративной культуре дорого обошлось Zappos — в \$100 млн.

Способствовать еще большему сближению людей будет холократия — новая система, которую внедряет Zappos. Она означает отказ от иерархической структуры: сотрудники будут организованы по принципу групп в соцсетях. По словам Джона Вольски, сейчас компания с помощью консультантов из HolacracyOne проводит эксперимент в пилотной группе.

В Zappos стараются размыть границу между рабочим и личным, компания помогает сотрудникам добиваться целей в обеих сферах.

Спросите коуча

Если вы спросите Августу Скотт, эффектную даму в красной мешковатой куртке и брюках, счастлива ли она, Августа ответит: "В высшей степени". На ее красной шапочке написано "Coach", только это не название модного бренда, а должность. По большому счету, она работает менеджером мечты.

Когда-то Августа профессионально пела, но последние семь лет работает в Zappos. "Моя задача — научить других помогать самим себе", — говорит госпожа Скотт. В комнатке Августы (она единственная в Zappos, у кого есть кабинет, поскольку разговоры с коучем конфиденциальны) стоит настоящий трон для клиентов с надписью "VIP". Экскурсанты полюбили фотографироваться на этом троне, и, чтобы не мешать работе, его точную копию поставили в лобби. На прием к коучу могут попасть все, кто проработал в компании не менее года. Программа рассчитана на 30 дней, консультации — раз в неделю. В общей сложности Августа принимает около 20 человек в месяц. Цели сотрудники ставят самые разные: продвинуться по службе, похудеть, купить дом. Коуч помогает составить план и начать действовать. По словам Августы, 98-99% человек достигают своей цели.

Например, Джон Вольски играет кантри и рок, но в свое время из-за творческого кризиса не мог писать музыку. Вместе с менеджером мечты (раньше эту должность занимал Давид Вик) он поставил цель — написать за месяц одну песню. Как только это удалось, написал следующую, потом еще. И сам не заметил, как подготовил целый альбом.

Но иногда реализация мечты приводит к уходу сотрудника из компании. Одна девушка хотела стать медиком, благодаря коучу поступила в вуз и уволилась. Но в Zappos не видят в этом проблемы, лишь бы человек был счастлив. "Надо следовать за своей страстью, — считает Августа Скотт, — пусть даже человек потом покинет компанию".

Zappos и вокруг

Monkey Row — это обезьяний ряд. Так в компании в шутку называют закуток с зелеными пластмассовыми джунглями, в котором сидят топ-менеджеры Zappos. У них такой же, как и у остальных сотрудников, творческий бардак на столах. Экскурсантам всегда

показывают рабочее место Тони Шея и табличку с его именем, вот только сам Тони появляется здесь не каждый день. В 2009 году он продал Zappos сервису Amazon за \$1,2 млрд, но остался CEO Zappos.

Тони Шей по-прежнему участвует в жизни компании, а в декабре прошлого года, когда ему исполнилось 40 лет, устроил креативную Pixel Party. В его честь несколько "заппониан" набили на разных частях тела тату в виде пикселя — маленькую точку, и выложили в интернет ролик о своем походе в салон. Но сам Тони не любит публичности. "Я бы назвал его стеснительным человеком,— рассказывает руководитель венчурного фонда "Лайф. Среда" Владислав Солодкий, который общался с CEO Zappos.— Предприниматели такого уровня обычно уверенные в себе люди, харизматичные и яркие. Но Тони, похоже, тяготит избыточное внимание, он не считает себя суперзвездой. Например, смущается, когда его фотографируют".

Сейчас предприниматель увлечен новым проектом — Downtown Project. Его цель — оживить даунтаун, где расположена штаб-квартира Zappos, и доказать, что Лас-Вегас может быть не только городом греха, но и культурным центром, где люди хотят жить и работать. Тони реконструирует восточную часть Фримонт-стрит и собирается за пять лет вложить \$350 млн. Из них \$100 млн пойдет на приобретение недвижимости, \$100 млн — на жилой комплекс, \$50 млн будет вложено в малый бизнес (кафе, магазины и прочее). Кроме того, Тони собирается потратить \$50 млн на образование, в частности построить школу, и еще \$50 млн инвестирует в стартапы. На своем участке он открыл контейнерный парк, соорудив его из старых морских контейнеров. Здесь расположены кафе и бутики, детская площадка, вечером играет живая музыка, а у входа гигантский железный богомол изрыгает огонь, пугая прохожих. Кстати, Тони Шей живет неподалеку от Фримонт-стрит, и его можно запросто встретить в одном из местных заведений.

Рано или поздно Тони Шей, скорее всего, покинет Zappos. Он продал свой предыдущий проект LinkExchange за 240 млн Microsoft и мог бы получить еще 25 млн, если бы остался в компании на полтора года, но решил уйти. Устоит ли Zappos после ухода своего бессменного лидера? "Если бы компания была стартапом, без Тони нам было бы плохо. Но сейчас у Zappos прочная культура,— рассуждает Джон Вольски.— Мы не ботинками торгуем, а предлагаем потрясающий опыт для сотрудников и клиентов. Так что, думаю, у нас все будет о'кей".

Ключевые ценности компании Zappos

1. Вызывать "вау"-чувство нашим обслуживанием
2. Принимать и поощрять изменения
3. Создавать веселую и немного необычную атмосферу
4. Любить приключения, творчески и нешаблонно мыслить
5. Приветствовать рост и обучение
6. Строить открытые и честные отношения посредством обмена информацией
7. Создавать позитивный командный дух и семейную обстановку
8. Делать больше меньшими средствами
9. Быть увлеченными и решительными
10. Быть скромными

ЗАДАНИЕ:

Какие инновационные идеи были реализованы компанией? Что лежит в основе её успешности?

ТЕМА № 2. Организационно-правовые формы предпринимательства

Вопросы для самопроверки.

1. Каков порядок создания полного товарищества?

2. Как распределяется ответственность между участниками полного товарищества?
3. Как осуществляется управление в полном товариществе?
4. Какие обязанности несёт участник полного товарищества?
5. Как распределяется прибыль между участниками полного товарищества?
6. Каков порядок выхода участника из полного товарищества?
7. Чем отличается товарищество на вере от полного товарищества?
8. Какими правами обладает вкладчик товарищества на вере?
9. Кто может стать участником ООО?
10. Каков порядок формирования уставного капитала ООО?
11. Что относится к исключительной компетенции общего собрания участников ООО?
12. Каков порядок перехода доли участника ООО другому лицу?
13. Каков порядок выхода участника ООО из общества?
14. Как распределяется прибыль общества с ограниченной ответственностью между его участниками?
15. Как осуществляется руководство обществом с ограниченной ответственностью, каковы полномочия органов управления ООО?
16. Каков порядок создания АО?
17. Как распределяются доли участников АО?
18. Перечислите права акционеров? Что является основанием для их возникновения?
19. Как распределяется прибыль акционерного обществе?
20. В чём главные различия производственных кооперативов и хозяйственных обществ?

Задание для самостоятельной работы.

Составьте перечень нормативных документов регулирующих лицензирование предпринимательской деятельности в сфере образования. Какие лицензионные требования предъявляются к лицензируемым. Подготовьте пакет документов для лицензирования учреждения общего образования.

Темы рефератов.

1. Система образовательных учреждений в России. Организационно-правовое регулирование.

Тесты

1. Складочный капитал формируется при создании:

- a) общества с ограниченной ответственностью
- б) полного товарищества**
- в) открытого акционерного общества
- г) закрытого акционерного общества

2. Хозяйственным товариществом является:

- а) общество с ограниченной ответственностью
- б) общество с дополнительной ответственностью

в) коммандитное товарищество

- г) закрытое акционерное общество

3. Одно лицо может быть полным товарищем:

- а) в двух товариществах
- б) одном товариществе**
- в) одном полном товариществе и одном коммандитном товариществе
- г) неограниченном числе товариществ

4. Хозяйственным обществом является:

- а) полное товарищество
- б) закрытое акционерное общество**
- в) коммандитное товарищество
- г) товарищество на вере

5. Акционерным обществом является хозяйственное общество:

- а) с разделенным на доли уставным капиталом
- б) разделенным на определенное число акций паевым фондом
- в) разделенным на доли складочным капиталом
- г) разделенным на определенное число акций уставным капиталом

6. Число акционеров закрытого акционерного общества не может превышать:

- а) 1
- б) 5
- в) 50
- г) 1000

7. Открытую подписку на выпускаемые акции проводит:

- а) общество с ограниченной ответственностью

б) открытое акционерное общество

- в) производственный кооператив
- г) командитное товарищество

8. Высшим органом управления акционерным обществом является:

- а) наблюдательный совет
- б) ревизионная комиссия
- в) общее собрание акционеров
- г) совет директоров

9. Минимальное число членов кооператива равно:

- а) 100
- б) 5
- в) 1
- г) 50

10. Унитарное предприятие – это коммерческая организация:

- а) наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником
- б) не наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником
- в) частично наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником
- г) наделяемая правом собственности на имущество по усмотрению собственника

11. Федеральное казенное предприятие учреждается решением:

- а) органа местного самоуправления
- б) Правительством РФ

- в) органа местного самоуправления и Правительством РФ
- г) органом государственной власти субъекта Федерации

12. Холдинговая компания – это предприятие:

- а) владеющее контрольными пакетами акций других предприятий
- б) занимающееся сбытом продукции
- в) контролирующее производство одного вида товара
- г) осуществляющее страховую деятельность

13. Высшим органом управления финансово-промышленной группой является:

- а) общее собрание акционеров
- б) совет учредителей
- в) совет директоров компаний, входящих в состав финансово-промышленной группы
- г) центральная компания финансово-промышленной группы

14. Консорциум — это объединение предприятий для осуществления проектов:

- а) на временной основе
- б) на постоянной основе
- в) на один год
- г) на 10 лет

15. Объединение юридически самостоятельных предприятий под общим руководством в хозяйственной деятельности путем установления над ними финансового контроля за счет покупки или обмена акциями является:

- а) синдикатом
- б) картелем
- в) концерном**
- г) трестом

16. Некоммерческие организации – это юридические лица, главной целью которых является:

- а) распределение прибыли между учредителями
- б) получение прибыли
- в) удовлетворение материальных, духовных или иных нематериальных потребностей, социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно-полезные цели**
- г) удовлетворение только материальных потребностей

ТЕМА № 3. Предпринимательский договор

Вопросы для самопроверки

3. Сущность и виды сделок.
4. Назовите признаки недействительности сделок.
5. Дайте характеристику договоров по предмету соглашения сторон.
6. Дайте характеристику договоров купли продажи и поставки.
7. Опишите порядок заключения договоров.
8. Как осуществляется рассмотрение экономических споров предпринимателей?
9. Каков порядок подачи искового заявления в арбитражный суд?
10. В каких случаях может быть произведен возврат искового заявления?
11. Каков порядок надзора за исполнением решения арбитражного суда?

Задания для самостоятельной работы

1. Подготовьте один из видов предпринимательского договора (при подготовке используйте реальные рыночные условия).
2. Подготовьте исковое заявление в арбитражный суд.

ТЕМА № 4. Построение бизнес-моделей

Задание.

Постройте бизнес-модель предприятия для одной из сфер бизнеса по выбору. Подготовьте материалы для презентации бизнес модели.

Тема № 5. Организация бизнес планирования.

Задание.

Подготовьте бизнес план вновь создаваемого предприятия (сфера бизнеса по выбору).

ТЕМА 6. Организация комплексной системы экономической безопасности предпринимательской деятельности.

Темы докладов.

1. Источники угроз экономической безопасности предприятия.

План

1. Угрозы безопасности бизнеса: понятие и виды.
2. Объективные и субъективные негативные воздействия.
3. Типичные причины появления угроз экономической безопасности предприятия.

2. Служба экономической безопасности предприятия.

План

1. Служба экономической безопасности предприятия: понятие, задачи.
2. Функции службы экономической безопасности.
3. Структура службы экономической безопасности.
4. Деятельность службы экономической безопасности.
5. Система безопасности предприятия.
6. Организация режима и охраны.
7. Физическое обеспечение безопасности.
8. Технические средства обеспечения безопасности предприятия. Рубежи охраны предприятия.

3. Частная детективная и охранная деятельность в РФ. Физическая защита персонала коммерческого предприятия.

План

1. Частная детективная (сыскная) деятельность.
2. Частная охранная деятельность.
3. Смешанные формы детективной и охранной деятельности.
4. Применение специальных средств и огнестрельного оружия при осуществлении частной охранной и детективной деятельности.
5. Контроль и надзор за частной детективной и охранной деятельностью.

4. Обеспечение сохранности материально-финансовых ценностей. Охрана объектов и обеспечение безопасности перевозок.

План

1. Охрана объектов и помещений.
2. Виды объектов в зависимости от важности, типа охраны и сложности охраны.
3. Технические средства приближения, прикосновения и взлома.
4. Кражи, совершаемые при перевозке грузов автомобильным транспортом.
5. Кражи, совершаемые при перевозке товаров железнодорожным транспортом.
6. Кражи, совершаемые при перевозке воздушным транспортом.

5. Хищения и методы борьбы с ними.

План

1. Кражи и их ограничение от грабежей, разбойных нападений, мошенничества, присвоения, растраты и злоупотребления должностными полномочиями.
2. Сфера деятельности, в которых персонал может совершать кражу.
3. Системы мер, препятствующей совершению краж.
4. Кражи, совершаемые в сетевых супермаркетах.

6. Информационная безопасность предприятия.

План

1. Понятие «Коммерческая тайна».
2. Порядок и методика определения сведений, составляющих коммерческую тайну.
3. Источники коммерческой тайны.
4. Виды каналов утечки информации.
5. Организация защиты информации, составляющей коммерческую тайну.
6. Носители коммерческой тайны.
7. Обеспечение безопасности в компьютерных системах предприятия.

7. Обеспечение безопасности коммерческой деятельности.

1. Мошенничество и его виды.
2. Структуры российского мошенничества.

3. Перечень преступлений, возможных в выбранном виде бизнеса.
4. Понятие деловой разведки и промышленного шпионажа.
5. Каналы и источники получения деловой информации.
6. Способы ведения деловой разведки, формы и методы получения информации.

8. Обеспечение безопасности при работе с кадрами.

1. Роль персонала в обеспечении безопасности предприятия.
2. Понятие профессионального отбора.
3. Принципы организации профессионального отбора.
4. Проблемы работы с персоналом в коммерческой структуре.
5. Применение психодиагностических методик в исследовании персонала предприятия.
6. Процесс увольнения кадров.

9. Экономическая безопасность фирмы в условиях риска.

1. Понятие риска.
2. Оценка риска.
3. Управление рисками.
4. Прогнозирование и анализ потерь.
5. Виды потерь: материальные, технические, финансовые, трудовые, потери времени и специальные виды потерь.

Тема 7. Предпринимательская деятельность в образовательных организациях

Деловая игра.

Разработка бизнес-модели и бизнес плана некоммерческой образовательной организации.

6. Дидактические материалы для контроля (самоконтроля) усвоенного материала

Виды и формы оценочных средств

Количество баллов	Виды и формы оценочных средств	№ темы	Устный опрос			Письменные работы			Информационные системы и технологии		Итог о количестве
			Ответы на вопросы для самостоятельной работы	Участие в дискуссиях	Деловая игра	Ответы на вопросы для самостоятельной работы	тестирование	подготовка реферата	решение кейсов, упражнений и ситуаций (за каждое задание)	подготовка презентаций	
1	2	3	4	5	6	7	8	12	13	14	
1.	1	1	1	3	2	5	1	1			0-19
2.	1	1	1	3	2	5	1	1			0-15
3.	1	1	-	3	-	-	1	1			0-14
4.	1	1	-	3	-	-	1	1			0-8
5.	-	1	-	-	-	-	5	1			0-7
6.	-	1	-	-	-	5	-	1			0-7
7.	-	1	3	-	-	-	-	-	1		0-5
Итого											0-75

Критерии оценки:

Баллы выставляется студенту, если задание выполнено в полном объёме.

Контроль успеваемости и качества подготовки студентов

Контроль успеваемости и качества подготовки студентов по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности» осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточных аттестаций.

Текущий контроль – предназначен для проверки отдельных знаний, навыков и умений студентов, полученных при обучении по учебной дисциплине. Текущий контроль предназначен для проверки достижения студентом отдельных учебных целей и выполнения части учебных задач программы учебной дисциплины.

Текущий контроль может проводиться:

- с участием преподавателя (иного контролирующего лица или организации);
- без участия преподавателя – самостоятельно студентом (самоконтроль).

Текущий контроль может иметь следующие формы:

- устный опрос на лекциях, практических и семинарских занятиях;
- проверка выполнения письменных домашних заданий и расчетно-графических работ;
- проведение контрольных работ;
- тестирование (письменное или компьютерное);
- контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме).

Промежуточная аттестация – проверка всех знаний, навыков и умений студента, полученных при обучении по дисциплине. Промежуточная аттестация предназначена для проверки достижения студентом всех учебных целей и выполнения всех учебных задач программы учебной дисциплины.

Устанавливаются следующий вид промежуточной аттестации:

- зачет,

Зачет – проверка успешного усвоения студентом учебного материала лекционных курсов, практических и семинарских занятий, выполнения студентом лабораторных работ, курсовых работ, а также прохождения практики.

Материалы по организации бально-рейтинговой системы оценки успеваемости студентов по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности».

Для построения рейтинга по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности» принята 100-балльная шкала оценки.

Структура рейтинга курса

Итоговый рейтинг по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности» составляется из:

- I. Экзаменационный рейтинг (максимальное количество баллов – 30)
- II. Текущий рейтинг (максимальное количество баллов - неограничено)

Переход от баллов к официальной системе оценки знаний студентов осуществляется в соответствии со следующей нормативной шкалой:

зачёт – 70 баллов и более;

незачёт – менее 50 баллов

Примерные темы рефератов

1. История становления и развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации и государственная поддержка.
2. Формы и методы государственной финансово-кредитной поддержки малого бизнеса.
3. Государство, как субъект предпринимательской деятельности.
4. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в РФ.
5. Лизинг, его значение для развития предпринимательства.

6. Развитие биржевой торговли в России на современном этапе.
7. Государственные ценные бумаги.
8. Рынок ценных бумаг, его значение для развития предпринимательства

Примерный перечень вопросов к зачёту

1. Понятие и основные признаки предпринимательства.
2. Организационно-правовые формы предпринимательства.
3. Методологические основы функционирования фирмы.
4. Организационная структура управления.
5. Типы производства, организация производственного процесса.
6. Производительность и оплата труда в предпринимательстве.
7. Структура предпринимательского капитала.
8. Сущность и структура производственных фондов.
9. Экономическое содержание основных и оборотных средств.
10. Основные направления рекламной деятельности.
11. Механизм функционирования рынка.
12. Окружающая среда фирмы.
13. Микросреда функционирования фирмы.
14. Модель покупательского поведения.
15. Анализ конкурентной борьбы на рынке.
16. Факторы макросреды фирмы.
17. Контролируемые и неконтролируемые факторы среды.
18. Марка в системе товарной политики фирмы.
19. Упаковка товара.
20. Жизненный цикл товара.
21. Система рыночных цен.
22. Выбор метода ценообразования.
23. Стратегия ценообразования на товар-новинку.
24. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
25. Внутрифирменное планирование в предпринимательстве.
26. Бизнес-план фирмы.
27. Анализ постоянных и переменных издержек фирмы.
28. Сущность результативности бизнеса.
29. Виды эффекта в бизнесе.
31. Оценка отдельных мероприятий по повышению результативности бизнеса.
32. Механизм оценки эффективности работы трудового коллектива.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины					
№ № пп	Наименование раздела дисциплины (тема)	Формируемы е компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовател ьные технологии	
1	Тема 1. Предпринимательство: сущность цели и задачи	ПК-48 ПК-50	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность предпринимательской деятельности; - основные признаки предпринимательства; - факторы влияющие на развитие предпринимательства; - типы и виды предпринимательства. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать факторы предпринимательской среды. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа предпринимательской среды. 	Лекции, семинары, разбор ситуаций, упражнений, бизнес- кейсов, подготовка эссе, рефератов, докладов	
	Тема 2. Организационно-правовые формы предпринимательства	ПК-49	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - классификации организационно правовых форм предприятий; - признаки организационно правовых форм предприятий; - перечень учредительных документов предприятия; - компетенцию органов власти в области образования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять документы для регистрации предприятия; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации деятельности предприятия. 	Лекции, семинары, разбор ситуаций, упражнений, бизнес- кейсов, подготовка эссе, рефератов, докладов	
	Тема 3. Предпринимательский договор	ПК-49	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - классификацию договоров; - содержание договоров; - порядок подготовки и заключения договоров. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять предпринимательский договор.. 	Лекции, семинары, разбор ситуаций, упражнений, бизнес-	

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины					
№ № пп	Наименование раздела дисциплины (тема)	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)		Образовательные технологии
			Владеть: - анализа содержания договора;		кейсов, подготовка эссе, рефератов, докладов
	Тема 4. Построение бизнес-моделей	ПК-49	Знать: - понятие и содержание бизнес модели; - стили бизнес-моделей; - принципы построения бизнес-моделей. Уметь: - анализировать структурные блоки бизнес-модели. Владеть: - практическими методиками построения бизнес-моделей.		Лекции, семинары, разбор ситуаций, упражнений, бизнес- кейсов, подготовка эссе, рефератов, докладов
	Тема 5. Организация бизнес планирования	ПК-42 ПК-48 ПК-49 ПК-50	Знать: - структуру бизнес-плана. Уметь: - формулировать бизнес-идею; - планировать операционную деятельность организации; - аргументировать собственное мнение. Владеть: - навыками составления бизнес-плана.		
	Тема 6. Организация комплексной системы	ПК-50	Знать: - современные подходы к комплексному обеспечению экономической безопасности;		

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины				
№ пп	Наименование раздела дисциплины (тема)	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
	экономической безопасности предпринимательской деятельности		<ul style="list-style-type: none"> - юридическо-правовые и организационные меры по обеспечению экономической безопасности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять факторы угрожающие экономической безопасности предприятия; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания системы обеспечивающей комплексную безопасность предприятия. 	
	Тема 7. Предпринимательская деятельность в образовательных учреждениях	ПК-49	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные направления государственной политики в области образования; - порядок создания образовательной организации; - типы образовательных учреждений; - систему финансирований образовательных организаций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять документы для регистрации и лицензирования образовательной деятельности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками планирования финансово экономической деятельности образовательной организации; 	Лекции, семинары, разбор ситуаций, упражнений, бизнес- кейсов, подготовка эссе, рефератов, докладов

7. Информационные технологии

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса

Информационные технологии — обучение в электронной образовательной среде с целью расширения доступа к образовательным ресурсам (теоретически к неограниченному объему и скорости доступа), увеличения контактного взаимодействия с преподавателем, построения индивидуальных траекторий подготовки и объективного контроля и мониторинга знаний студентов.

- Университетская электронная система тестирования.
- Система дистанционного образования на основе оболочки Moodle, позволяющая создавать учебные курсы в электронном виде.
- Использование Системы Электронного Обучения СЭО ФГБОУ «БГПУ».
- Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании»
- Мультимедийное сопровождение лекций и практических занятий.
- Комплект электронных презентаций по темам.

8. Список литературы и информационных ресурсов

Нормативные источники

1. Гражданский кодекс РФ (часть 1 от 30.11.11.94 г. №51-ФЗ, часть 2 от 26.11.96 г. №14-ФЗ, часть 3 от 26.11.01 г. №146-ФЗ, часть 4 от 18.12.06 г. №230-ФЗ)
2. Налоговый кодекс РФ (часть 1 от 31.07.98 г. №146-ФЗ, часть 2 от 05.08.2000 г. №117-ФЗ)
3. Федеральный закон от 21.11.96 г. № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете»
4. Федеральный закон от 08.08.01 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»
5. Федеральный закон от 24.07.07 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»
6. Постановление Правительства РФ от 17.05.02 г. № 319 (ред. от 16.09.03 г.) «Об уполномоченном федеральном органе исполнительной власти, осуществляющем государственную регистрацию юридических лиц, крестьянских (фермерских) хозяйств, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей»
7. Постановление Правительства РФ от 19.06.02 г. № 439 «Об утверждении форм и требований к оформлению документов, используемых при государственной регистрации юридических лиц, а также физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей»
8. Постановление Правительства РФ от 26.02.04 г. № 110 «О совершенствовании процедур государственной регистрации и постановки на учет юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» (вместе с «правилами ведения единого государственного реестра налогоплательщиков», «правилами взаимодействия регистрирующих органов при государственной регистрации юридических лиц в случае их реорганизации»)
9. Приказ МНС РФ от 03.03.04 г. № бг-3-09/178 «Об утверждении порядка и условий присвоения, применения, а также изменения идентификационного номера налогоплательщика и форм документов, используемых при постановке на учет, снятии с учета юридических и физических лиц»
10. Приказ Минфина РФ от 29.07.98 г. №34н «Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ»
11. Приказ Минфина РФ от 21.12.98 г. N 64н «Типовые рекомендации по организации бухгалтерского учета для субъектов малого предпринимательства»
12. Закон Тюменской области от 05.05.08 г. № 18 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Тюменской области»

13. Постановление Правительства Тюменской области от 01.04.08 г. № 99-п «О порядке отбора субъектов малого и среднего предпринимательства для предоставления государственной поддержки»

**Литература
основная**

1. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности [текст]: Учебник. М.: Дашков и К, 2012 (ЭБС BOOK.RU).
2. Самарина Е.Е. Основы предпринимательства: учебник. Издательство КноРус, 2015. – 222 с.
3. Кузьмина Е.Е. Организация предпринимательской деятельности : учеб.пособие для бакалавров : гриф УМО / Е. Е. Кузьмина, Л. П. Кузьмина. – М. : Юрайт, 2012. – 475 с.
4. Остервальдер А. Полстroeние бизнес-моделей: настольная книга стратега новатора/ Александр Остервальдер, Ив Пинье; Пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.

дополнительная

1. Артюхова Т.З., Момот М.В. Организация предпринимательской деятельности Учебное пособие. – Томск: Изд-во ТПУ, 2010. http://portal.tpu.ru/SHARED/a/ARTUHOVA/Teaching_materials/Tab1/predprinimatelstvo.pdf
2. Асаул А.Н., Войнаренко М.П., Ерофеев П.Ю. Организация предпринимательской деятельности: Учебник./Под ред. д.э.н., проф. А.Н. Асаула СПб.: «Гуманистика», 2004.– 448с. <http://www.aup.ru/books/m498/>
3. Переverзев М.П., Лунёва А.М. Основы предпринимательства.- М.: ИНФРА-М, 2009.

**Другие информационные источники
Справочно-правовые системы**

1. Гарант
2. Консультант

Электронно-библиотечные ресурсы

1. Polpred.com Обзор СМИ/Справочник Договор № 6/н от 10.01.2014 г. <http://polpred.com/news>
2. ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконд» <http://www.rucont.ru>
3. ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

Сайты Internet

4. www.admtyumen.ru/ogy_ru/finance/innovation.htm
5. www.incubator72.ru/residents/consulting.ru
6. www.tyumen-city.ru/ekonomika/departament/small_business/vidy/
7. www.tyumen-region.ru.
8. www.tyumen-technopark.ru
9. www.kommersant.ru/sf (журнал «Секрет фирмы»)
10. <http://www.edu.ru> – Федеральный образовательный портал
11. <http://www.consulting.ru/> - Интернет-еженедельник CONSULTING.RU
12. <http://institutiones.com/general/1698-strategicheskij-menedzhment.html> - страница экономического портала
13. <http://www.ecsocman.edu.ru> – федеральный образовательный портал ЭКОНОМИКА, СОЦИОЛОГИЯ, МЕНЕДЖМЕНТ

9. Материально-техническая база

Материально-технического обеспечения включает в себя: лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет), помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью), библиотеку (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет), компьютерные классы.

10. Лист изменений и дополнений

Утверждение изменений и дополнений в РПД для реализации в 20__/20__ уч.

г.

РПД обсуждена и одобрена для реализации в 20__/20__ уч. г. на заседании кафедры (протокол № __ от «__» ____ 20__ г.).

Разработчик: Ладисов Г.Ю., кандидат исторических наук, доцент.