


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Щёкина Вера Витальевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 01.11.2022 06:44:46
Уникальный программный идентификатор:
a2232a55157e576551a8999b1c90892af539894204205561b01575a454e57789

	МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Благовещенский государственный педагогический университет»
	ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА Рабочая программа дисциплины

УТВЕРЖДАЮ
Декан
индустриально-педагогического
факультета ФГБОУ ВО «БГПУ»



Л.М. Калнинш
«22» мая 2019 г.

**Рабочая программа дисциплины
ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**Направление подготовки
44.03.01 ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ**

**Профиль
ТЕХНОЛОГИЯ**

**Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ**

**Принята на заседании кафедры
экономики, управления и технологии
(протокол № 7 от «15» мая 2019 г.)**

Благовещенск 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
2 УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ	4
3 СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ (РАЗДЕЛОВ)	5
4 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ (УКАЗАНИЯ) ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	6
5 ПРАКТИКУМ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	12
6 ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ (САМОКОНТРОЛЯ) УСВОЕННОГО МАТЕРИАЛА.....	37
7 ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ	43
В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ	43
8 ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ИНВАЛИДАМИ И ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	43
9 СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ	43
10 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА	44
11 ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ	45

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Цель дисциплины: – формирование у студентов необходимых теоретических знаний и практических навыков по созданию собственного предпринимательского дела.

1.2 Место дисциплины в структуре ООП: Дисциплина Б1. О. 36 «Основы предпринимательства» входит в состав обязательных дисциплин блока Б.1 учебного плана основной образовательной программы по направлению подготовки 44.03.01 «Педагогическое образование», профиль «Технология».

1.3 Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: УК-1, ОПК-8, ПК-2:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, **индикаторами** достижения которой является:

- УК-1.1 Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления и готовность к нему.
- УК-1.2 Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.
- УК-1.3 Аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение.

ОПК-8. Способен осуществлять педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний, **индикатором** достижения которой является:

ОПК-8.3 - Демонстрирует специальные научные знания, в том числе в предметной области.

ПК-2. Способен осуществлять педагогическую деятельность по профильным предметам (дисциплинам, модулям) в рамках программ основного общего и среднего общего образования; индикаторами достижения которой является:

- ПК-2.8 Владеет теоретическими знаниями по организации предпринимательской деятельности.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения. 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 предпринимательства для совершенствования взаимодействия элементов организации и повышения эффективности ее деятельности.

1.5 Общая трудоемкость дисциплины «Основы предпринимательства» составляет 2 зачетных единиц (далее – ЗЕ) (72 часа):

1.6 Объем дисциплины и виды учебной деятельности (заочная форма обучения)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 10
Общая трудоемкость	72	72
Аудиторные занятия	16	16
Лекции	6	6
Практические занятия	10	10
Самостоятельная работа (выполнение контрольной работы)	52	52 Контрольная работа
Вид итогового контроля (зачёт)	4	4

2 УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

2.1 Заочная форма обучения

Учебно-тематический план

№	Наименование тем (разделов)	Всего часов	Аудиторные занятия		Самостоятельная работа, выполнение контрольной работы
			Лекции	Практические занятия	
1.	Тема 1. Предпринимательство: сущность цели и задачи	4	1		3
2.	Тема 2. Организационно-правовые формы предпринимательства	12	1	2	9
3.	Тема 3. Предпринимательский договор	3	1		2
4.	Тема 4. Построение бизнес-моделей	11	1	2	8
5.	Тема 5. Организация бизнес планирования	15	1	4	10
6.	Тема 6. Организация комплексной системы экономической безопасности предпринимательской деятельности	10			10

7.	Тема 7. Предпринимательская деятельность в образовательных организациях	13	1	2	10
Зачёт, контрольная работа		4			Контрольн ая работа
ИТОГО		72	6	10	52

Интерактивное обучение по дисциплине

№	Наименование тем (разделов)	Вид занятия	Форма интерактивного занятия	Кол- во часов
1.	Тема 4. Построение бизнес-моделей	Пр.	Работа в малых группах	2
2.	Тема 5. Организация бизнес планирования	Пр.	Работа в малых группах	4
ИТОГО				6

3 СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ (РАЗДЕЛОВ)

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. Юридическо-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 организации.

4 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ (УКАЗАНИЯ) ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендации по использованию материалов рабочей программы:

При работе с настоящей рабочей программой особое внимание следует обратить на практическую направленность дисциплины «Основы предпринимательства». Как следствие учебная программа основывается на знаниях, полученных студентами в предшествующий учебный период, таких как, «Микроэкономика», «Экономика предприятия». Специфика в изучении дисциплины проявляется в том, что теория исследуемых вопросов, представленных в учебной литературе требует обязательного дополнения практическими примерами, позволяющими соотнести изученный материал с реалиями организации предпринимательской деятельности.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Для успешного проведения практических занятий необходима целенаправленная предварительная подготовка студента. Студенты получают от преподавателя конкретные задания на самостоятельную работу в форме вопросов, которые потребуют от них не только изучения литературы, но и выработки своего собственного мнения, которое они должны суметь аргументировать и защищать (отстаивать свои и аргументированно отвергать противоречащие ему мнения). Практическое занятие в сравнении с другими формами обучения требует от студентов высокого уровня самостоятельности в работе с литературой, инициативы, а именно:

- умение работать с несколькими источниками;
- осуществить сравнение того, как один и тот же вопрос излагается различными авторами;
- сделать собственные обобщения и выводы.

Все это создает благоприятные условия для организации дискуссий, повышает уровень осмысления и обобщения изученного материала. В процессе семинара идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения. В ходе семинара студент учится публично выступать, видеть реакцию слушателей, логично, ясно, четко, грамотным литературным языком излагать свои мысли, приводить доводы, формулировать аргументы в защиту своей позиции. На семинаре каждый студент имеет возможность критически оценить свои знания, сравнить со знаниями и умениями их излагать других студентов, сделать выводы о необходимости более углубленной и ответственной работы над обсуждаемыми проблемами. В ходе семинара каждый студент опирается на свои конспекты, сделанные на лекции, собственные выписки из учебников, первоисточников, статей, периодической литературы, нормативного материала. Семинар стимулирует у студента стремление к совершенствованию своего конспекта, желание сделать его более информативным, качественным. При проведении практических занятий реализуется принцип совместной деятельности студентов. При этом процесс мышления и усвоения знаний более эффективен в том случае, если решение задачи осуществляется не индивидуально, а предполагает коллективные усилия.

Готовясь к практическому занятию, студенты должны:

1. Познакомиться с рекомендуемой преподавателем литературой;
2. Рассмотреть различные точки зрения по изучаемой теме, используя все доступные источники информации;
3. Выделить проблемные области и неоднозначные подходы к решению поставленных вопросов;
4. Сформулировать собственную точку зрения;
5. Предусмотреть возникновение спорных хозяйственных ситуаций при решении отдельных вопросов и быть готовыми сформулировать свой дискуссионный вопрос.

Рекомендации по подготовке докладов и сообщений

При подготовке докладов или сообщений студент должен правильно оценить выбранный для освещения вопрос. При этом необходимо правильно уметь пользоваться учебной и дополнительной литературой. Значение поисков необходимой литературы огромно, ибо от полноты изучения материала зависит качество работы. Подготовка доклада требует от студента большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы. Она включает несколько этапов:

- составление плана доклада путем обобщения и логического построения материала доклада;
- подбор основных источников информации;
- систематизация полученных сведений;
- формулирование выводов и обобщений в результате анализа изученного материала, выделения наиболее значимых для раскрытия темы доклада фактов, мнений и требования нормативных документов.

К докладу по укрупненной теме могут привлекаться несколько студентов, между которыми распределяются вопросы выступления.

В качестве тем для докладов как правило предлагается тот материал учебного курса, который не освещается в лекциях, а выносится на самостоятельное изучение студентами. Поэтому доклады с одной стороны, позволяют дополнить лекционный материал, а с другой – дают преподавателю возможность оценить умения студентов самостоятельно работать с учебным и научным материалом.

Построение доклада, как и любой другой научной работы, традиционно включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении обозначается актуальность исследуемой в докладе темы, устанавливается логическая связь ее с другими темами. В заключении формулируются выводы, делаются предложения и подчеркивается значение рассмотренной проблемы.

Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Формы самостоятельной работы студентов разнообразны. Они включают в себя:

- изучение и систематизацию официальных государственных документов - законов, постановлений, указов, нормативно-инструкционных и справочных материалов с использованием информационно-поисковых систем "Консультант-плюс", "Гарант", глобальной сети "Интернет";
- изучение учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации;
- подготовку докладов;
- участие в работе студенческих конференций.

Самостоятельная работа бакалавров по данной дисциплине предполагает:

- самостоятельный поиск ответов и необходимой информации по предложенным вопросам;
- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- изучение теоретического и лекционного материала, а также основной и дополнительной литературы при подготовке к практическим занятиям, написании докладов;
- самостоятельное изучение материалов официальных сайтов налоговых органов.

Алгоритм самостоятельной работы студентов:

1 этап – поиск в литературе и изучение теоретического материала на предложенные преподавателем темы и вопросы;

2 этап – осмысление полученной информации из основной и дополнительной литературы, освоение терминов и понятий, механизма решения задач;

1 этап – составление плана ответа на каждый вопрос или алгоритма решения задачи.

Рекомендации по работе с литературой:

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались.

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

1. Аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;
2. Планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;

3. Тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;

4. Цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;

5. Конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

Рекомендации по выполнению контрольных работ:

Написание контрольной работы - важный этап подготовки к сдаче студентом итогового контроля. Он требует обязательного составления плана и фиксирования списка использованной литературы. План должен быть хорошо структурированным, т.е. содержать: Введение, Заключение и как минимум 2-3 основных вопроса. Список использованной литературы, как правило, должен включать как нормативный материал, так и учебную и монографическую литературу. Важно использовать в работе статьи в ведущих экономических журналах.

Контрольная работа является формой отчета студента по всему объёму учебного курса. Прежде чем приступить к написанию контрольной работы обучающийся должен изучить относящиеся в тематике контрольной работы нормативные правовые акты и другие источники информации, проанализировать и усвоить содержащиеся в них положения.

Студент должен изложить свои знания с наибольшей полнотой, раскрыть тему глубоко и всесторонне. Выполненная контрольная работа должна свидетельствовать о том, что студент достаточно глубоко изучил учебную литературу, монографии, учебные пособия, статьи, содержащиеся в периодических изданиях, нормативный материал, полно и правильно раскрыл тему.

Контрольная работа носит проблемно-поисковый характер. Автор должен продемонстрировать умения комплексно использовать и осуществлять анализ материала из разных источников. В контрольной работе необходимо показать собственное понимание сущности проблемы, включая элементы научной творческой деятельности. При подготовке контрольной работы необходимо использовать не менее 5 – 6 различных источников).

Контрольная работа выполняется в виде печатного текста. Объём контрольной работы должен составлять 10-15 листов печатного текста, выполненного на формате А-4 (шрифт Times New Roman, размер шрифта – 14, междустрочный интервал – 1,5, поля слева – 3 см, справа – 2 см, сверху – 2 см, снизу – 3 см. Страницы работы должны быть пронумерованы. Номер страницы проставляется вверху листа по центру. На титульном листе и плане работы номера страниц не проставляются.

После изложения текста контрольной работы проставляется подпись студента и дата завершения выполнения им контрольной работы. Выполненная контрольная работа должна быть представлена на кафедру для проверки не позднее 3 дней после начала очередной сессии. Контрольная работа должна быть выполнена строго по теме. Привлечение материала, не имеющего отношения к поставленным вопросам, расценивается как недостаток. Все дословные заимствования, содержащиеся в работе, должны оформляться в виде цитат и иметь соответствующие сноски с указанием автора и наименования источника информации, места и года его издания, номера страницы (страниц). Тему контрольной работы из предложенного списка в рабочей учебной программе дисциплины студенты выбирают в соответствии с последней цифрой шифра зачетной книжки. Например, если последняя цифра шифра «1», то студент вправе писать контрольную работу по любой из тем под номером 1, 11, 21; если последняя цифра «2», то соответствующие варианты тем – 2, 12, 22; если последняя цифра «0» – варианты 10 и 20.

Важным этапом подготовки контрольной работы является составление плана работы. Хорошо продуманный план любой работы, в том числе и контрольной, есть основа наиболее полного отражения сущности рассматриваемой проблемы. От оригинальности его построения, четкости изложения конкретных глав во многом зависит качество будущей работы. Важно, чтобы каждый пункт плана раскрывал одну из сторон выбранной темы, а все пункты в совокупности – охватывали тему целиком. Планом каждой контрольной работы должны быть предусмотрены следующие разделы: введение, основная часть, заключение, список использованной литературы.

Первой и необходимой структурной частью контрольной работы является введение. Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, раскрывается ее теоретическая и практическая значимость, ставятся цели и задачи работы.

Основная часть работы. При освещении выбранной темы контрольной работы желательно ограничить использование учебной литературы. В противном случае работа может превратиться в механическое переписывание учебника, что, естественно, не допустимо. Работа должна быть выполнена с использованием учебных пособий, научных статей и др. Для подтверждения главной мысли, основного положения того или иного вопроса следует использовать цитирование. Вопрос работы должен завершаться четким кратким выводом.

В заключении подводятся основные итоги проведенного исследования, излагаются выводы и предложения, к которым пришел автор.

Рекомендации по подготовке к зачету:

При подготовке к зачету по дисциплине «Основы предпринимательства» особое внимание следует обратить на четкое знание понятийного аппарата дисциплины.

Для того чтобы избежать трудностей при ответах по вышеназванным разделам, студентам рекомендуется регулярная подготовка к занятиям, изучение базового перечня учебной информации, в том числе периодических литературных источников.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов по дисциплине

№	Наименование раздела (темы)	Формы/виды самостоятельной работы	Количество часов, в соответствии с учебно-тематическим планом
1.	Тема 1. Предпринимательство: сущность цели и задачи	Подготовка ответов на вопросы практических занятий, решение	3

		практикующих упражнений и ситуаций. Сбор материала для выполнения контрольной работы. Подготовка текста контрольной работы	
2.	Тема 2. Организационно-правовые формы предпринимательства	Подготовка ответов на вопросы практических занятий, решение практикующих упражнений и ситуаций. Сбор материала для выполнения контрольной работы. Подготовка текста контрольной работы	9
3.	Тема 3. Предпринимательский договор	Подготовка ответов на вопросы практических занятий, решение практикующих упражнений и ситуаций. Сбор материала для выполнения контрольной работы. Подготовка текста контрольной работы	9
4.	Тема 4. Построение бизнес-моделей	Подготовка ответов на вопросы практических занятий, решение практикующих упражнений и ситуаций. Сбор материала для выполнения контрольной работы. Подготовка текста контрольной работы	9
5.	Тема 5. Организация бизнес планирования	Подготовка ответов на вопросы практических занятий, решение практикующих упражнений и ситуаций. Сбор материала для выполнения контрольной работы. Подготовка текста контрольной работы	10
6.	Тема 6. Организация комплексной системы экономической безопасности предпринимательской деятельности	Подготовка ответов на вопросы практических занятий, решение практикующих упражнений и ситуаций. Сбор материала для выполнения контрольной работы. Подготовка текста контрольной работы	10

7.	Тема 7. Предпринимательская деятельность в образовательных организациях	Подготовка ответов на вопросы практических занятий. Сбор материала для выполнения контрольной работы. Подготовка текста контрольной работы	10
	ИТОГО		52

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, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли
- в) осуществляемая 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.

Задания

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 нишей 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 онлайн, 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 «одеваться» местные жители привыкли в Москве. На этом, кстати, зарабатывают местные бизнесмены – несколько раз в месяц ходит 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 съезжают 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 вызвало 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 свой 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 требовались серьезные инвестиции. Однако и тут Мирчеву повезло.

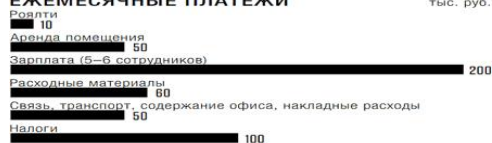
В 2008 году на одной из выставок Владислав познакомился с Анатолием Чубайсом. Главу "Роснано" технология заинтересовала, он пообещал инвестировать в проект более 1 млрд руб. в обмен на 45% акций компании. Правда, деньги поступили не в сентябре 2009 года, как было обещано, а в мае 2010-го. "Чубайс говорил, 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.

РАСХОДЫ ЗАПУСК ПРОЕКТА



ЕЖЕМЕСЯЧНЫЕ ПЛАТЕЖИ



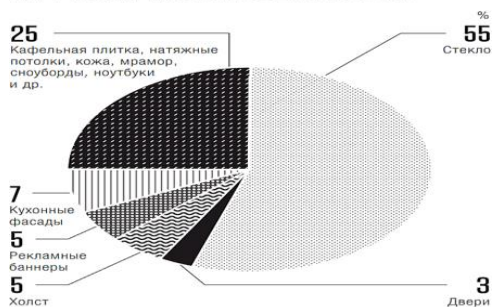
Источник: SUN Studio; приведены средние показатели по всей сети

8,5

МЛН РУБ.

выручки и около 3 млн руб. прибыли приносит 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

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

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

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.

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

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 массивная 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 рассылает 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 игровых 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 бейджи, — 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 блески. 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 "вау"

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 несколькими 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-центр 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 brm.com (Zappos продает 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 онлайн. 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 десять ключевых ценностей, они напечатаны у каждого сотрудника на бейдже, 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". Экскурсанта полюбились 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 Шей 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

Вопросы:

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

Примерные темы докладов

История предпринимательства в России.

Особенности развития предпринимательства в современной России.

Топ-10 успешных стартапов года.

Пути совершенствования предпринимательской среды.

Развитие меценатства в России.

Социальная ответственность бизнеса.

Роль общественных объединений предпринимателей в развитии бизнеса.

Роль инноваций в повышении конкурентоспособности предприятия.

Деловая игра «Разработка предпринимательской идеи»

Цель деловой игры – приобретение студентами умений создавать и корректно формулировать предпринимательские идеи.

Содержание деловой игры

При выполнении задания по данной деловой игре студенты должны сформулировать предпринимательскую идею, как если бы они в действительности собирались создавать бизнес на основе этой идеи. Сформулированные ими бизнес-идеи, таким образом, должны удовлетворять следующим требованиям: обеспечивать устойчивые конкурентные преимущества будущего бизнеса, увязывать воедино активы и компетенции «производителя» и пути создания соответствующих потребностей потребителя, указывать факторы прибыльности будущего бизнеса. Предпринимательская идея должна быть ориентирована на четко локализованный целевой покупательский сегмент.

К рассмотрению не принимаются «идеи», если они содержат только указание будущей сферы деятельности («открыть магазин», «открыть ресторан») без указания всех перечисленных выше атрибутов предпринимательской идеи (конкурентные преимущества, активы, компетенции, пути создания потребностей, факторы прибыльности, ориентация на целевой сегмент рынка), что является достаточно распространенным стереотипом.

Форма проведения деловой игры

Студенты разбиваются на подгруппы численностью 5-8 чел. После получения задания от преподавателя (8-10 мин.) подгруппы работают самостоятельно, выполняя задание. За 30 мин. до конца занятия начинается обсуждение результатов: каждая группа делает доклад о полученных результатах и рефлексивный доклад о ходе групповой работы, доклады обсуждаются всеми подгруппами. Заключение по игре делает преподаватель.

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 общества?
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:
 - а) 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) коммандитное 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

Темы докладов

Государственная собственность и управление ею.

Финансово-промышленные группы в России.

ТЕМА № 3. Предпринимательский договор

Вопросы для самопроверки

1. Сущность и виды сделок.
2. Назовите признаки недействительности сделок.
3. Дайте характеристику договоров по предмету соглашения сторон.
4. Дайте характеристику договоров к3упли продажи и поставки.
5. Опишите порядок заключения договоров.
6. Как осуществляется рассмотрение экономических споров предпринимателей?
7. Каков порядок подачи искового заявления с арбитражный суд?
8. В каких случаях может быть произведён возврат искового заявления?
9. 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.

Задачи

Задача 1.

Общество с ограниченной ответственностью «Каравелла» обратилось в Арбитражный суд с иском к сельскохозяйственному производственному кооперативу «Восточный» о понуждении ответчика исполнить обязательства в натуре по договорам от 28.03.2012. № 11/12 и от 31.03.2012. № 12/12 и о взыскании договорной неустойки в связи с отказом выполнить эти обязательства. Кооператив «Восточный» (продавец) и ООО «Каравелла» (покупатель) заключили договор от 28.03.2012. № 11/12 на поставку пиломатериалов в апреле, мае, июне 2012 года и договор от 31.03.2012. № 12/12 на поставку пастеризованного молока в течение года со дня подписания договора.

Свои обязательства по договорам продавец не выполнил и в письме от 21.10.2012., признав задолженность перед покупателем, отказался от их дальнейшего исполнения.

Решением суда от 09.08.2013г. иск удовлетворен: на ответчика возложена обязанность исполнить обязательства в натуре соответственно по поставке пиломатериалов и молока в объемах и по ценам, действовавшим на момент заключения договоров; взыскана штрафная неустойка с применением статьи 333 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Вопросы:

- Как восполняется недопоставка товара в отдельном периоде поставки?
- Сохранилась ли обязанность поставщика выполнить обязательство по поставке продукции по истечении срока действия договора?
- В каких случаях размер неустойки, предусмотренный договором, может быть уменьшен судом?
- Правильное ли решение принял суд?

Задача 2.

08.04.2012 г. был заключен договор **контракта** сельскохозяйственной продукции № 03/1-16, по условиям которого заготовитель - фирма «Российские семена» взяла на себя обязательства по поставке производителю - компании «Растительное масло Тюмени» посевных семян рапса в количестве 300 т в срок до 01.05.2012 г., а также

импортных гербицидов в тот же срок. Кроме того, заготовитель обязался до 20.08.2012 г. заплатить производителю аванс в сумме 468 000 долларов США в пересчете на рубли по курсу Центрального Банка Российской Федерации на дату перечисления.

Производитель должен был вырастить урожай и поставить заготовителю 15 000 т семян рапса соответствующего качества, сроки поставки согласовать с заготовителем перед уборкой урожая.

В нарушение условий договора контрактации истец - фирма «Российские семена» поставил ответчику семена рапса только в количестве 200 т и с двухнедельным опозданием (13 и 14 мая 2012 г.), что привело к задержке сева, иссушению верхнего слоя почвы и значительной потере урожая.

Из-за недополучения от заготовителя всего объема семян рапса посевы были произведены на площади 18,5 тыс. гектаров вместо запланированных 30 тыс. гектаров. По этой же причине производитель вынужден был срочно закупить недостающее количество сортовых семян, в частности суреницы, имеющей более низкую урожайность.

После завершения работ по закрытию влаги и закупки недостающего посевного материала ответчик отказался от предлагаемых истцом еще 40 т семян рапса, а истец впоследствии не произвел выплаты аванса в срок до 20.08.2012 г. за предусмотренные к поставке 15 000 т семян.

Истец - фирма «Российские семена» обратилось в Арбитражный суд с иском к компании «Растительное масло Тюмени» о взыскании 14 708 675 рублей 36 копеек основного долга в связи с невозвратом коммерческого кредита, предоставленного материально-техническими средствами по договору контрактации сельскохозяйственной продукции от 08.04.2012 г. № 03/1-16, 2 390 159 рублей 75 копеек процентов за предоставленный кредит, 2 564 599 рублей 92 копеек неустойки от стоимости непоставленного товара и 1 227 500 рублей 82 копеек упущенной выгоды; всего 20 890 935 рублей 85 копеек. Ответчиком заявлено встречное исковое требование о расторжении договора контрактации и о взыскании 55 223 371 рубля 20 копеек упущенной выгоды.

Вопросы:

- Подлежат ли требования истца и ответчика удовлетворению?
- Каковы особенности ответственности сторон в договоре контрактации?
- В каком размере подлежат удовлетворению требования истца и ответчика?

Задача 3.

Между ООО «Полисервис» (комиссионером) и ОАО «Ульяновский автомобильный завод» (комитентом) заключен договор от 27.03.2012 г. № 1173/31-6091 на осуществление экспортных операций в 2012 году.

По условиям договора комиссионер обязался по поручению комитента за вознаграждение заключить от своего имени контракты на продажу автомобилей, принадлежащих комитенту. Объем поставок и цена автомобилей согласованы в приложениях, являющихся неотъемлемой частью договора. Приложением к договору также определено, что расчеты между комиссионером и комитентом за доставку автомобилей будут производиться в течение 45 дней после их отгрузки.

Во исполнение договора комиссии ООО «Полисервис» заключило с фирмами «Магнай» ББХК УХНО 825 и УБ-25 «Махимпекс» (Монголия) контракты от 27.03.2012 г. № 75-5/96 и от 04.04.2012 г. № 75-15/95 на поставку 94 автомобилей марки УАЗ 315126 и УАЗ 330326.

Оплата автомобилей по условиям контрактов производится в течение 30 и 10 дней со дня их подписания путем перечисления стоимости товара на счет ООО «Полисервис» в АЛЬФА-БАНКЕ (Москва) или через Bank of New York в США.

Контрактами установлена обязанность покупателей автомобилей уплачивать продавцу (ООО «Полисервис») штраф за просрочку платежа в размере 0,5 процента от стоимости товара за каждый день просрочки, но не более 8 процентов.

Автомобили были полностью получены иностранными фирмами на сумму 622 296 долларов США. Однако обществу «Ульяновский автомобильный завод» перечислено только 180 006 долларов США, что подтверждается актом сверки от 24.03.2013 г., составленным истцом и ответчиком.

ОАО «Ульяновский автомобильный завод» обратилось в Арбитражный суд города Москвы с иском ООО «Полисервис» о взыскании 555 756 долларов США задолженности по договору комиссии.

Как пояснил ответчик в суде, недоплата за автомобили произошла по вине иностранных покупателей, а не по его вине, в связи с чем просил освободить его от ответственности.

Вопросы:

- Является ли отсутствие вины основанием для освобождения предпринимателя от ответственности за нарушение обязательства?
- В каких случаях комиссионер несет ответственность перед комитентом за нарушение условий договора контрагентом (третьим лицом)?
- Подлежит ли удовлетворению требование комитента? Если да, то в каком размере и почему?

Задача 4.

В арбитражный суд обратился жилищно-строительный кооператив с иском к открытому акционерному обществу о расторжении договора подряда на строительство жилого дома вследствие существенного нарушения ответчиком его условий, выразившегося в превышении сметной стоимости жилого дома и несоблюдении срока исполнения обязательств.

Ответчик возразил против удовлетворения исковых требований, мотивируя свои доводы возникшими у него трудностями с поставкой строительных материалов и удорожанием строительства вследствие инфляции, ссылаясь на то, что по независящим от него причинам стоимость работ превысила смету не менее чем на 10 процентов.

- Может ли быть изменена стоимость строительных работ в одностороннем порядке?
- В каком порядке могут быть изменены сроки выполнения работ?
- Несет ли подрядчик ответственность за нарушение условий договора подряда?
- В каком случае договор подряда может быть расторгнут?
- Подлежит ли иск кооператива удовлетворению?

Задача 5.

Решением арбитражного суда удовлетворены исковые требования банка о взыскании с акционерного общества суммы задолженности по кредитному договору и со ссылкой на условия заключенного сторонами договора о залоге обращено взыскание на два автомобиля.

По мнению акционерного общества, оспорившего указанное судебное решение в части обращения взыскания на принадлежащие ему транспортные средства, предметом возникших между сторонами отношений по залогу было имущество, определенное сторонами в договоре о залоге как «автомобили и иные принадлежащие заемщику транспортные средства, находящиеся на ремонте участке». В ходе рассмотрения спора установлено наличие в собственности акционерного общества нескольких автомобилей.

Истец же полагал, что решение суда соответствует статье 26 Закона Российской Федерации "О залоге", согласно которой в том случае, если предметом залога является

несколько вещей, залогодержатель приобретает право получить удовлетворение за счет любой из них по своему выбору.

Вопросы:

Подлежит ли применению Закон РФ «О залоге» к данным правоотношениям?

Каким образом должен быть определен предмет договора о залоге?

Является ли договор о залоге заключенным?

Какое решение должен принять суд?

Задача 6.

Коммерческий банк выдал банковскую гарантию, согласно которой гарант обязался уплатить бенефициару в случае невозвращения кредита принципалом сумму задолженности по кредиту и процентам.

Бенефициар предъявил требование к гаранту об исполнении гарантийного обязательства. Гарант отказал в выплате денежной суммы, предусмотренной в гарантии. Необоснованность отказа гаранта исполнить свои обязательства подтверждена решением арбитражного суда, которым иск бенефициара к гаранту был удовлетворен.

В связи с задержкой исполнения обязательства по банковской гарантии на четыре месяца бенефициар предъявил иск о взыскании с гаранта дополнительно процентов по учетной ставке Центрального банка Российской Федерации на основании статьи 395 Гражданского кодекса РФ.

Арбитражный суд иски требования удовлетворил, исходя из того, что гарант является должником бенефициара по самостоятельному денежному обязательству по уплате оговоренной в гарантии денежной суммы.

Вопросы:

- Ограничивается ли требование по банковской гарантии определенной суммой?
- Правильное ли решение вынес арбитражный суд?

Задача 7.

Общество с ограниченной ответственностью обратилось в арбитражный суд с иском к акционерному обществу о возврате имущества из чужого незаконного владения.

Как следовало из материалов дела, между сторонами был заключен договор аренды, во исполнение которого ответчик (арендодатель) передал истцу в аренду нежилое помещение (цех вентиляции и пневмотранспорта) сроком на пять лет. В данном помещении арендатор разместил оборудование, принадлежащее ему на праве собственности.

По окончании срока аренды истец не освободил помещение от своего оборудования, чем нарушил требование статьи 622 Гражданского кодекса РФ, согласно которому при прекращении договора аренды арендатор обязан вернуть арендодателю имущество в том состоянии, в котором он его получил.

Впоследствии истец попытался вывезти свое имущество, однако ответчик чинил препятствия и удерживал оборудование.

В письме, направленном истцу, ответчик указал, что удерживает принадлежащее истцу имущество на основании пункта 1 статьи 359 Гражданского кодекса РФ в связи с неисполнением последним обязательства по внесению арендной платы в полном объеме и после погашения долга истцом вернет его имущество.

Решением суда первой инстанции в удовлетворении искового требования отказано со ссылкой на пункт 1 статьи 359 Гражданского кодекса РФ, согласно которому право на удержание вещи имеет любая сторона по договору, если она вправе требовать платежа или совершения иных действий, связанных с данной вещью.

Вопросы:

- В каких случаях применяется удержание?
- Правильное ли решение вынес суд первой инстанции?

Задача 8.

Арендодатель обратился в арбитражный суд с иском к арендатору о взыскании арендной платы.

Из представленных суду документов следовало, что между сторонами был заключен договор аренды здания производственного назначения на срок менее года. Здание было передано арендодателем арендатору с соблюдением требований, установленных в пункте 1 статьи 655 ГК РФ. В дальнейшем арендатор отказался выполнять предусмотренные договором обязанности по содержанию арендованного имущества и уплатить арендную плату в размере, установленном договором. При этом арендатор сослался на то, что статья 26 Федерального закона «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним» предусматривает обязательную государственную регистрацию права аренды недвижимого имущества и аренды как обременения независимо от того, подлежал государственной регистрации сам договор аренды этого недвижимого имущества или нет. Так как в данном случае право аренды здания не было зарегистрировано, это право не возникло у арендатора. Поскольку у арендатора не возникло права владеть и пользоваться зданием, то у него не возникли и предусмотренные договором обязанности по содержанию здания и по оплате арендной платы в соответствующем размере.

Вопросы:

- Какими нормативными правовыми актами регулируются отношения по поводу регистрации прав на недвижимость и сделок с ним?
- Подлежат ли государственной регистрации договоры аренды недвижимого имущества?
- Является ли действительным заключенный договор аренды здания?
- Подлежат ли требования арендодателя удовлетворению?

Тесты

1. Может ли обязательство создавать обязанности для лиц, не участвующих в нем в качестве сторон в предпринимательских отношениях?

- a) да, может
- b) нет, но в предусмотренных законом случаях может создавать для третьих лиц права в отношении одной или обеих сторон обязательства
- c) да, но в случаях, предусмотренных законом или иными правовыми актами
- d) нет, не устанавливает ни прав, ни обязанностей

2. Сторонами обязательства могут быть...

- a) только физические лица
- b) только юридические лица
- c) или только физические лица, являющиеся предпринимателями, или только юридические лица
- d) и физические и юридические лица

3. Может ли одна из сторон отказаться от исполнения обязательства...

- a) нет, не может ни при каких условиях, т. к. это противоречит основам гражданского законодательства
- b) да, как только его исполнение становится для стороны обременительным
- c) нет, за исключением случаев, предусмотренных законом
- d) может, только в случае, если это обязательство связано с осуществлением предпринимательской деятельности

4. Какова очередность погашения требований по денежному обязательству...

- a) основная сумма – проценты – издержки кредитора

- b) проценты – издержки – основная сумма
- c) издержки – проценты – основная сумма
- d) издержки – основная сумма – проценты

5. Если обязательство не исполнено, то...

- a) уплата неустойки и возмещение убытков полностью освобождает должника от исполнения обязательств в натуре, если иное не предусмотрено законом или договором
- b) достаточно возместить убытки
- c) обязательство в любом случае должно быть исполнено
- d) достаточно уплатить неустойку

6. Если законом или соглашением сторон не определен вид неустойке, то действует презумпция...

- a) штрафной неустойки
- b) исключительной неустойки
- c) зачетной неустойки
- d) альтернативной неустойки

7. Может ли в качестве залогодателя выступать лицо, обладающее имуществом на праве хозяйственного ведения или оперативного управления...

- a) нет
- b) да, но только с согласия собственника
- c) да, независимо от согласия собственника
- d) да, но только с согласия собственника, если это хозяйственное ведение

8. Кто является выгодоприобретателем по банковской гарантии?

- a) гарант
- b) бенефициар
- c) принципал
- d) цессионарий

9. Делькредере – это...

- a) двухсторонняя сделка между поручителем и кредитором
- b) договор между третьим лицом и должником, в котором определяются права третьего лица
- c) поручительство комиссионера за исполнение третьим лицом сделки, заключенной с ним за счет комитента
- d) совпадение должника и кредитора в одном лице

10. Подлежит ли государственной регистрации договор аренды недвижимого имущества?

- a) нет, если иное не установлено законом
- b) да, если иное не установлено законом
- c) да, но только при взаимном согласии сторон
- d) да, но только при заключении договора более 1 года

11. Какой максимальный срок договора доверительного управления?

- a) 1 год, либо на иной срок установленный законом
- b) 2 года, либо на иной срок установленный законом
- c) 5 лет, либо на иной срок установленный законом
- d) бессрочный

12. Укажите стороны кредитного договора?

- a) заимодавец и заемщик
- b) кредитодатель и кредитополучатель
- c) кредитор и заемщик
- d) заимодавец и кредитополучатель

13. Укажите форму кредитного договора?

- a) простая письменная
- b) нотариальная
- c) нотариальная с последующей государственной регистрацией
- d) простая письменная с последующей регистрацией

14. Подлежит ли государственной регистрации переход права собственности на недвижимость от продавца к покупателю?

- a) подлежит
- b) не подлежит
- c) да, но только по соглашению сторон
- d) да, но только в отношении государственной собственности

15. Для каких целей по договору поставки покупатель приобретает товары у продавца?

- a) для личного, семейного, домашнего использования или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью
- b) для использования в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием
- c) для личного, семейного, домашнего использования, а также иного использования связанного с предпринимательской деятельностью
- d) только для личного, семейного, домашнего использования или только для использования связанного с предпринимательской деятельностью, что должно быть заранее оговорено в договоре поставки

16. В каких договорах цена в соответствии с законодательством является существенным условием договора?

- a) розничной купли-продажи
- b) купли-продажи недвижимости
- c) поставки
- d) аренды транспортного средства

17. В каком из договоров обеими сторонами могут быть только предприниматели...

- a) договор доверительного управления
- b) договор хранения
- c) договор финансовой аренды (лизинга)
- d) договор проката

18. Какие из перечисленных объектов не могут выступать в качестве предмета договора финансовой аренды?

- a) земельные участки и иные природные объекты
- b) здания и сооружения
- c) любые объекты недвижимого имущества

- d) автотранспортные средства

ТЕМА № 4. Построение бизнес-моделей

Задание.

Задание 1. Для каждого стиля бизнес модели приведите в качестве примера два реально действующих в интернете проекта. По каждому проекту дайте краткое пояснение, почему он отнесён вами к определённом стилю.

Задание 2. Построить бизнес-модель по методу Александра Остервальдера для бизнес-проекта на основе одного, выбранного вами инновационного продукта.

Темы докладов

Методики построения бизнес-моделей предприятий.

Тема № 5. Организация бизнес планирования.

Деловая игра «Разработка бизнес-плана создаваемого предприятия»

Цель деловой игры – приобретение студентами умений формировать основные разделы бизнес-плана.

Содержание деловой игры

Исходным материалом является предпринимательская идея, разработанная в предыдущей деловой игре. На ее основе студенты должны выполнить разработку основных разделов бизнес-плана в соответствии с имеющейся методической разработкой. Так как данная деловая игра продолжается в течение нескольких занятий, необходимо распределить разрабатываемые разделы бизнес-плана по отдельным занятиям в соответствии с особенностями учебной группы и предложенных ею предпринимательских идей.

Данные маркетинговых исследований, стоимость создаваемых активов, эксплуатационные издержки и другие данные, необходимые для составления бизнес-плана, при разработке соответствующих разделов должны быть предложены студентами на основе имеющихся у них представлений о значениях соответствующих параметров реальных объектов. Преподаватель может корректировать эти данные в случае, если он располагает более точной информацией, но не требовать обоснования их достоверности.

Основной акцент данной деловой игры делается не на достоверности данных, а на корректности предлагаемых студентами методов их получения и применяемых способов использования, принятых в бизнес-планировании.

Форма проведения деловой игры

Студенты разбиваются на подгруппы численностью 5-8 чел. После получения задания от преподавателя (8-10 мин.) подгруппы работают самостоятельно, выполняя задание. За 30 мин. до конца занятия начинается обсуждение результатов: каждая группа делает доклад о полученных результатах и рефлексивный доклад о ходе групповой работы, доклады обсуждаются всеми подгруппами. Заключение по каждому занятию деловой игры и по игре в целом делает преподаватель.

Бизнес-план представляется в форме презентации.

ТЕМА 6. Организация комплексной системы экономической безопасности предпринимательской деятельности.

Задание.

Разработайте и представьте графически (презентация) структуры службы безопасности предприятия (сфера бизнеса по выбору).

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 охранный деятельности.
4. Применение специальных средств и огнестрельного оружия при осуществлении частной охранный и детективной деятельности.
5. Контроль и надзор за частной детективной и охранный 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 отграничение от грабежей, разбойных нападений, мошенничества, присвоения, растраты и злоупотребления должностными полномочиями.
2. Сферы 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

6.1 Оценочные средства, показатели и критерии оценивания компетенций

Индекс компетенции	Оценочное средство	Показатели оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
УК-1 ОПК-8	Собеседование	Низкий (неудовлетворительно)	Студент отвечает неправильно, нечетко и неубедительно, дает неверные формулировки, в ответе отсутствует какое-либо представление о вопросе
		Пороговый (удовлетворительно)	Студент отвечает неконкретно, слабо аргументировано и не убедительно, хотя и имеется какое-то представление о вопросе
		Базовый (хорошо)	Студент отвечает в целом правильно, но недостаточно полно, четко и убедительно
		Высокий (отлично)	Ставится, если продемонстрированы знание вопроса и самостоятельность мышления, ответ соответствует

			требованиям правильности, полноты и аргументированности.
ОПК-8 ПК-2	Тест	Низкий (неудовлетворительно)	Количество правильных ответов на вопросы теста менее 60 %
		Пороговый (удовлетворительно)	Количество правильных ответов на вопросы теста от 61-75 %
		Базовый (хорошо)	Количество правильных ответов на вопросы теста от 76-84 %
		Высокий (отлично)	Количество правильных ответов на вопросы теста от 85-100 %
УК-1, ОПК-8 ПК-2	Разноуровневые задачи и задания	Низкий (неудовлетворительно)	<p>Ответ студенту не зачитывается если:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Задание выполнено менее, чем на половину; • Студент обнаруживает незнание большей части соответствующего материала, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно излагает материал.
		Пороговый (удовлетворительно)	<p>Задание выполнено более, чем на половину. Студент обнаруживает знание и понимание основных положений задания, но:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; • Не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; • Излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
		Базовый (хорошо)	<p>Задание в основном выполнено. Ответы правильные, но:</p> <ul style="list-style-type: none"> • В ответе допущены малозначительные ошибки и недостаточно полно раскрыто содержание вопроса; • Не приведены иллюстрирующие примеры, недостаточно чётко выражено обобщающее мнение студента; • Допущено 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
		Высокий (отлично)	<p>Задание выполнено в максимальном объеме. Ответы полные и правильные.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий;

			<ul style="list-style-type: none"> • Обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; • Излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
УК-1, ОПК-8 ПК-2	Доклад, сообщение	Низкий (неудовлетворительно)	<p>Доклад студенту не зачитывается если:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Студент не усвоил значительной части проблемы; • Допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; • Испытывает трудности в практическом применении знаний; • Не может аргументировать научные положения; • Не формулирует выводов и обобщений; • Не владеет понятийным аппаратом.
		Пороговый (удовлетворительно)	<p>Задание выполнено более чем на половину. Студент обнаруживает знание и понимание основных положений задания, но:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть студент освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы; • Допускает несущественные ошибки и неточности; • Испытывает затруднения в практическом применении полученных знаний; • Слабо аргументирует научные положения; • Затрудняется в формулировании выводов и обобщений; • Частично владеет системой понятий.
		Базовый (хорошо)	<p>Задание в основном выполнено:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы; • Не допускает существенных неточностей; • Увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; • Аргументирует научные положения;

			<ul style="list-style-type: none"> • Делает выводы и обобщения; • Владеет системой основных понятий.
		Высокий (отлично)	<p>Задание выполнено в максимальном объеме.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Студент глубоко и всесторонне усвоил проблему; • Уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; • Опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; • Умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; • Делает выводы и обобщения; • Свободно владеет понятиями.
УК-1, ОПК-8 ПК-2	Деловая и/или ролевая игра	Низкий (неудовлетворительно)	Для каждой деловой игры критерии оценивания определяются отдельно в соответствии с поставленными целями и задачами
		Пороговый (удовлетворительно)	
		Базовый (хорошо)	
		Высокий (отлично)	
УК-1, ОПК-8 ПК-2	Контрольная работа	Низкий – до 60 баллов (неудовлетворительно)	Студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно излагает материал.
		Пороговый – 61-75 баллов (удовлетворительно)	Студент обнаруживает знание и понимание основных положений вопроса, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
		Базовый – 76-84 баллов (хорошо)	Студент хорошо знает и понимает основные положения вопроса, но в ответе допускает малозначительные ошибки и недостаточно полно раскрывает содержание вопроса; допускает 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

		Высокий – 85-100 баллов (отлично)	Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
--	--	--------------------------------------	---

6.2 Промежуточная аттестация студентов по дисциплине

Промежуточная аттестация является проверкой всех знаний, навыков и умений студентов, приобретённых в процессе изучения дисциплины. Формой промежуточной аттестации по дисциплине является зачёт, защита контрольной работы.

Для оценивания результатов освоения дисциплины применяется следующие критерии оценивания.

Критерии оценивания устного ответа на зачете

Зачёт проводится в устной, письменной или тестовой форме. По результатам зачёта выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка зачета должна быть объективной и учитывать качество ответов студента на основные и дополнительные вопросы, так же результаты предыдущей межсессионной аттестации и текущую успеваемость студента в течение семестра. Преподаватель имеет право задавать студенту дополнительные вопросы по всему объёму изученной дисциплины.

При выставлении зачётной оценки учитываются:

- соответствие знаний обучающегося по объёму, научности и грамотности требованиям программы курса;
- самостоятельность ответа;
- сознательность ответа;
- характер и количество ошибок;
- умение применять теоретические знания к решению практических задач средней трудности.

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, если в его ответе:

- 1) содержатся малозначительные ошибки при изложении учебного материала, владение основными понятиями учебной дисциплины;
- 2) правильная формулировка основных аспектов изучаемой учебной дисциплины, аргументированное обоснование своих суждений, приведены примеры;
- 3) незначительные недочёты в последовательности изложения материала;
- 4) дан ответ на половину дополнительных вопросов

Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, если в его ответе:

- 1) отсутствует представление о большей части учебного материала, встречаются грубые ошибки, имеет место слабое владение понятийным аппаратом учебной дисциплины;
- 2) продемонстрирована неспособность сформулировать основные аспекты изучаемой учебной дисциплины; искажение их смысла;
- 3) имеет место беспорядочное изложение материала;
- 4) отсутствуют ответы на дополнительные вопросы.

Результаты сдачи зачетов оцениваются отметкой «зачтено», если обучающийся

усвоил 60 % и более знаний по предмету.

Критерии оценки контрольной работы.

Критерии оценки контрольной работы: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

Контрольная работа зачитывается на зачёте, если выполнены все требования к написанию и защите контрольной работы: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Контрольная работа не зачитывается, если тема контрольной работы не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Контрольная работа не представлена.

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения дисциплины

Оценочные материалы представлены в практикуме по дисциплине раздел 5.

Темы контрольных работ по дисциплине «Основы предпринимательства».

1. Сущность современных подходов к оценке предпринимательской деятельности.
2. Значение предпринимательской деятельности в развитии экономики страны.
3. Особенности развития предпринимательства в России в XX веке.
4. Предпринимательские риски. Влияние рисков на развитие экономики.
5. Развитие конкуренции в современных условиях. Особенности конкуренции предпринимателей.
6. Сущность и особенности инновационного предпринимательства.
7. Особенности внешнеэкономической деятельности предприятий в России.
8. Мировой опыт создания и развития ФПП.
9. Условия и особенности создания ФПП в России.
10. Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга.
11. Современные формы предпринимательской деятельности в России.
12. Виды предпринимательства, их взаимосвязь и особенности участия в бизнесе.
13. Основные экономические, социальные и правовые условия предпринимательства.
14. Формирование финансовых результатов предпринимательской деятельности.
15. Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия и состояние его баланса.
16. Малые предприятия – важное условие развития национальной экономики.
17. Ценовая политика предприятия и методы ее реализации.
18. Финансы предприятий различных форм собственности. Финансовый менеджмент.
19. Налоги как основной источник формирования доходов бюджета.
20. Анализ налогообложения предпринимателей.
21. Сущность и необходимость государственного регулирования экономики страны.
22. Механизм государственного воздействия на предпринимательскую деятельность.
23. Ответственность предпринимателей перед налоговыми органами, партнерами, органами государственного управления.
24. Коммерческие банки в системе предпринимательства.
25. Предприятие на рынке ценных бумаг.
26. Экономико-этические основы современного предпринимательства.
27. Этикет предпринимателя - возможность сделать бизнес красиво.
28. Искусство ведения переговоров: подготовка, оформление, тактика, психологические аспекты.

7 ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ

Информационные технологии – обучение в электронной образовательной среде с целью расширения доступа к образовательным ресурсам, увеличения контактного взаимодействия с преподавателем, построения индивидуальных траекторий подготовки, объективного контроля и мониторинга знаний студентов.

В образовательном процессе по дисциплине используются следующие информационные технологии, являющиеся компонентами Электронной информационно-образовательной среды БГПУ:

- Официальный сайт БГПУ;
- Корпоративная сеть и корпоративная электронная почта БГПУ;
- Система электронного обучения ФГБОУ ВО «БГПУ»;
- Электронные библиотечные системы;
- Мультимедийное сопровождение лекций и практических занятий;

8 ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ИНВАЛИДАМИ И ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья применяются адаптивные образовательные технологии в соответствии с условиями, изложенными в раздел «Особенности организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» основной образовательной программы (использование специальных учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь и т.п.) с учётом индивидуальных особенностей обучающихся.

9 СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

9.1 Литература

1. Основы предпринимательства: учеб. пособие для студ. экономических спец. вузов / Под ред. А. С. Пелиха , 5-е изд. , перераб. и доп. - Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 507 с.

9.2 Базы данных и информационно-справочные системы

1. Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru>.
2. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» - <http://www.ecs>.
3. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>.
4. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru>.
5. Федеральный правовой портал «Юридическая Россия» - <http://www.law.edu.ru>
6. Российский портал открытого образования - <http://www.openet.ru/University.nsf/>
7. Федеральная университетская компьютерная сеть России - <http://www.runnet.ru/res>.
8. Глобальная сеть дистанционного образования - <http://www.cito.ru/gdenet>.
9. Портал бесплатного дистанционного образования - www.anriintern.com

10. Портал Электронная библиотека: диссертации - <http://diss.rsl.ru/?menu=disscatalog>.
11. Портал научной электронной библиотеки - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.
12. Официальный интернет-портал правовой информации - <http://www.pravo.gov.ru>
13. Информационно-правовой портал России - <http://www.bestpravo.ru/sssr>.
14. Портал Центра юридической помощи - <http://www.advocate-realty.ru/contact>.
15. Сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ. - Режим доступа: <http://www.duma.gov.ru>.
16. Сайт Президента РФ. - Режим доступа: <http://www.president.kremlin.ru>.
17. Сайт Правительства РФ. - Режим доступа: www.government.ru.
18. Сайт Министерства финансов РФ. - Режим доступа: www.minfin.ru.
19. Сайт Минэкономразвития РФ. - Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>.
20. Сайт Министерства науки и высшего образования РФ. - Режим доступа: <https://minobrnauki.gov.ru>.
21. Сайт Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки. - Режим доступа: <http://www.obrnadzor.gov.ru/ru>.
22. Сайт Министерства просвещения РФ. - Режим доступа: <https://edu.gov.ru>.

9.3 Электронно-библиотечные ресурсы

1. Polpred.com Обзор СМИ/Справочник [http:// polpred.com/news](http://polpred.com/news)
2. ЭБС «Юрайт». - Режим доступа: <https://urait.ru>

10 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА

Для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются аудитории, оснащённые учебной мебелью, аудиторной доской, компьютером с установленным лицензионным специализированным программным обеспечением, с выходом в электронно-библиотечную систему и электронную информационно-образовательную среду БГПУ, мультимедийными проекторами, экспозиционными экранами, учебно-наглядными пособиями (мультимедийные презентации).

Самостоятельная работа студентов организуется в аудиториях оснащенных компьютерной техникой с выходом в электронную информационно-образовательную среду вуза, в специализированных лабораториях по дисциплине, а также в залах доступа в локальную сеть БГПУ.

Лицензионное программное обеспечение: операционные системы семейства Windows, Linux; офисные программы Microsoft office, Libreoffice, OpenOffice; Adobe Photoshop, Matlab, DrWeb antivirus и т.п.

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

11 ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ

Утверждение изменений и дополнений в РПД для реализации в 2020/2021 уч. г.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2020/2021 учебном году на заседании кафедры (Протокол № 10 от 15 июня 2020 г.).

В рабочую программу внесены следующие изменения и дополнения:

№ изменения: 1 № страницы с изменением: титульный лист	
Исключить:	Включить:
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Утверждение изменений и дополнений в РПД для реализации в 2021/2022 уч. г.

РПД обсуждена и одобрена для реализации в 2021/2022 уч. г. на заседании кафедры экономики, управления и технологии (протокол № 8 от «21» апреля 2021 г.).

Утверждение изменений и дополнений в РПД для реализации в 2022/2023 уч. г.

РПД обсуждена и одобрена для реализации в 2022/2023 уч. г. на заседании кафедры экономики, управления и технологии (протокол № 9 от «26» мая 2022 г.).

РПД пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2022/2023 учебном году на заседании кафедры экономики, управления и технологии (протокол № 1 от 7 сентября 2022 г.). В рабочую программу внесены следующие изменения и дополнения:

№ изменения: 2 № страницы с изменением: 43-44	
В Раздел 9 внесены изменения в список литературы, в базы данных и информационно-справочные системы, в электронно-библиотечные ресурсы. Указаны ссылки, обеспечивающие доступ обучающимся к электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам с сайта ФГБОУ ВО «БГПУ».	