

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО- КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания

по выполнению практических работ
по дисциплине «Основы предпринимательства»
для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль) «Маркетинг и рыночная аналитика»

Методические указания содержат задания к практическим занятиям, требования и методику их выполнения по дисциплине по дисциплине "Основы предпринимательства" для студентов направления 38.03.02 Менеджмент направленность (профиль) «Маркетинг и рыночная аналитика»

Составители : д. э. н., профессор Л. С. Максименко

к.э.н., доцент О. В. Година

Рецензент: к. э. н., доцент Е.Ю. Шацкая

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Практическое занятие 1. Бизнес и его среда. Оценка предпринимательских способностей

Практическое занятие 2. Объекты и субъекты предпринимателя. Основные черты предпринимателя

Практическое занятие 3. Объекты и субъекты предпринимателя. Критерии успеха бизнеса

Практическое занятие 4. Конкуренция в предпринимательстве. Оценка конкурентоспособности предприятия

Практическое занятие 5. Конкуренция в предпринимательстве. Оценка конкурентных преимуществ продукции

Практическое занятие 6. Конкуренция в предпринимательстве. Конкурентная среда рынка и ее структура

Практическое занятие 7. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности: коммерческие организации. Виды форм предпринимательской деятельности

Практическое занятие 8. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности: некоммерческие организации.

Управление и экономические взаимоотношения участников в различных организационно-правовых формах предпринимательства

Практическое занятие 9. Бизнес-идея и бизнес-план фирмы

Практическое занятие 10. Организация бизнеса. Создание фирмы

Практическое занятие 11. Организация бизнеса. Коммерческие сделки

Практическое занятие 12. Коммерческая деятельность фирмы.

Реорганизация и ликвидация фирмы

Практическое занятие 13. Реорганизация и ликвидация фирм.

Инфраструктура бизнеса

Практическое занятие 14. Инфраструктура бизнеса. Бизнес будущего

Практическое занятие 15. Инновационная деятельность в бизнесе.

Планирование новых и развитие

существующих видов продукции (товаров, работ, услуг) в организации

Практическое занятие 16. Инновационная деятельность в бизнесе.

Организационные и распорядительные

документы по созданию фирмы

Список рекомендуемой литературы

Приложения

Введение

Предпринимательство – многогранный вид экономической деятельности, распространяющейся на все отрасли хозяйства и на все сферы экономики. Оно в разных отраслях обладает существенными различиями по форме и особенно по содержанию операций и по способам их осуществления. Предпринимательство – это свободное хозяйствование в различных отраслях деятельности (конечно, кроме запрещенных законом), осуществляемое в целях удовлетворения потребностей в продукции, работах, услугах и получения прибыли. В основе предпринимательства лежат самостоятельность, самоуправление, высокая мотивация труда, инициативность, высокий планируемый риск.

Предприниматель несет ответственность за успех или неудачу предприятия. Он решает, производство каких продуктов следует в перспективе прекратить, какие продукты выпускать на рынок; он решает вопросы, связанные с инвестициями, освоением новых рынков сбыта и источников поставок. Он должен «думать наперед», обладать особым чутьем, позволяющим ему распознавать тенденции и возможные направления развития, в равной степени предугадывать возможный риск и возможные шансы на успех и на этой основе принимать необходимые для развития своего предприятия решения. Все это теряет смысл без комплексного анализа внутренней и внешней среды, оценки конкурентоспособности продукции и предприятия в целом, без признания понятия собственности, материальной, или интеллектуальной, т. е. без права владеть и распоряжаться ими по своему усмотрению.

Предпринимательство характеризуется особым способом осуществления в зависимости от вида деятельности и технологии. Ему присущи определенный порядок осуществления процедур, их направленность, временная последовательность, взаимная связь. Предпринимательство аккумулирует в себе черты любой деятельности, придавая им особое качество.

Цель выполнения практических занятий по данной дисциплине – закрепление знаний, приобретенных студентами в процессе изучения теоретического курса по основам предпринимательства.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1

Бизнес и его среда.

Оценка предпринимательских способностей

Цель : определить наличие у себя предпринимательских способностей.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: сущности предпринимательства, его объектов, субъектов и особенностей;

уметь: находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею.

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции: ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Во всех определениях бизнесмена речь идет о таком поведении, которое включает в себя, во-первых, элемент инициативы, во-вторых, организацию или реорганизацию социально-экономических механизмов, с целью выгодного использования имеющихся ресурсов и конкретной ситуации, и, в-третьих, взятие на себя ответственности за возможную неудачу, т. е. готовность рисковать.

С точки зрения экономиста предприниматель – это тот, кто соединяет факторы производства таким образом, что их совокупная стоимость возрастает. С точки зрения психолога предприниматель – это человек, которым движут определенные мотивы, например желание, добиться чего-нибудь в жизни, самоутвердиться и т. д. С точки зрения других предпринимателей, он может представлять угрозу и быть соперником, или, наоборот, быть партнером, поставщиком, покупателем. С точки зрения политэконома, предприниматель – это человек, который умножает не только свое богатство, но и национальное богатство, кто находит лучшие способы использования ресурсов, снижения потерь, кто создает новые рабочие места.

Практическое занятие содержит шесть заданий в виде тестов. Отчет о проделанной работе составляется в тетради в виде заключительных таблиц, анализа полученных данных и выводов.

Задание 1

Тест «Предпринимательские способности»

Для тех, кто хочет оценить свои шансы стать преуспевающим предпринимателем, предлагается тест по оценке предпринимательских качеств (тест 1). Ответив на вопросы, приведенные в приложении 1, сосчитайте количество положительных ответов. Каждый положительный ответ дает одно очко. Если Вы не наберете нужное количество очков, не исключено, что из Вас получится неплохой предприниматель. Если не наберете, не расстраивайтесь: многие состоявшиеся предприниматели считают увлеченность идеей и желание преуспеть единственно необходимым и достаточным условием успеха.

Задание 2

Тест «Опора на собственные силы»

Всех кто создает собственное дело, волнует вопрос, смогут ли они сохранить в себе ту веру во внутреннюю твердость, которые необходимы не только для преодоления инерции при создании всего нового, но и для управления вновь созданным предприятием и для его расширения.

Является ли желание добиться успеха и победить вашей внутренней потребностью или его пересиливает стремление угодить чужой воле?

Ориентировочное представление об этом можно получить, ответив на вопросы теста 2 «Опора на собственные силы» (приложение 1).

Задание 3

Тест «Стремление к независимости и жажда успеха»

Склонность иметь внутреннюю точку опоры, тесно связано со стремлением к независимости. Предприниматель – это такой человек, который все делает по-своему и тогда, когда сам считает нужным, таким людям трудно работать на кого-то другого. Чтобы узнать, насколько развито в Вас стремление к независимости ответьте на тест (приложение 1).

Задание 4

Тест «Отношение к риску»

Практически все предложенные в последнее время определения предпринимателя отмечают такую черту как готовность к риску.

Действительно, умение рисковать, – будь то в финансовом, социальном или в психологическом плане, является частью процесса предпринимательства.

Определить, в какой мере это свойство присуще лично Вам, можно с помощью теста 4 (приложение 1).

Задание 5

Тест «Предприниматель и его характер»

Существуют некоторые психологические типы, склад характера, которых не слишком способствует предпринимательскому успеху и может загубить самую блестящую идею. В таблице 1 представлено восемь психологических типажей под условными названиями: Флюгер, Простак, Недотрога, Знайка, Аккуратист, Философ, Инопланетянин, Изобретатель. У каждого из этих типов есть свой недостаток – недостаточная верность избранному пути (Флюгер), упрощенный взгляд на вещи (Простак), мнительность (Недотрога), чрезмерное теоретизирование, не подкрепленное практикой (Знайка), приверженность заведенному порядку (Аккуратист), излишняя мнительность (Философ), неадекватная мотивация (Инопланетянин) и увлечение изобретательством, идущее во вред предпринимательству (Изобретатель).

Умеренное проявление любой из этих черт не представляет опасности, но если они ярко выражены, то для повышения своих шансов на успех предпринимателю следует от них избавиться.

Прочитайте характеристику каждого из типажей в таблице 1 и на отдельных листочках (анонимно) укажите фамилии студентов, по Вашему мнению, обладающих теми или иными чертами из этого списка.

После обработке и подведения итогов полученных результатов обсудите их и сделайте выводы.

Таблица 1 – Психологические типажи

Типаж	Характерные черты
Флюгер	Верно определяет перспективные направления развития, но редко доводит до создания нового предприятия
Простак	Склонен все упрощать. Такие люди часто становятся прекрасными продавцами.
Недотрога	Влюблен в собственную идею. Каждого подозревает в намерении украсть ее, что мешает установлению отношений взаимопомощи и доверия.
Знайка	Обладает прекрасными познаниями в области теории, которые не подкреплены практическими навыками.
Аккуратист	Привык к существующему порядку и теряется в критической ситуации.
Философ	Не торопится воплотить идею в жизнь. Ему необходимо иметь хорошую команду и управляющих.
Инопланетянин	Не имеет адекватной мотивации и целей для создания и развития собственного дела.
Изобретатель	Больше беспокоится о своем изобретении, чем о создании и развитии собственного дела.

Вопросы к практическому занятию:

1. В чем заключается сущность предпринимательства?
2. Дайте определение понятию «предпринимательская среда».
3. Назовите объекты бизнеса.
4. Охарактеризуйте субъекты бизнеса: юридические и физические лица.
5. Кто такой предприниматель?

Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2

Объекты и субъекты предпринимательства.

Основные черты предпринимателя

Цель : закрепить понимание сущности и состава типичных предпринимательских способностей.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: сущности предпринимательства, его объектов, субъектов и особенностей;

уметь: находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею.

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции: ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

В процессе развития предпринимательской среды выделились три ролевые позиции в хозяйственной организации:

1) «хозяин» – владелец средств организации, стремящийся сохранить средства организации, обеспечить ее стабильность и жизнеспособность;

2) «управленец» – наемный работник, отвечающий перед хозяином (государством, акционерами и др.) за оптимальное использование предоставленных средств, ресурсов организации;

3) «предприниматель» – основатель новых бизнес-направлений, выявляющий резервы и переводящий, как правило, с риском для себя эти резервы в ресурсы нового бизнеса. Именно предприниматель выступает как субъект радикальных рыночных преобразований в организации. В настоящее время получает распространение понятие «внутренний предприниматель» – работник организации, чья острая потребность в достижении успеха и самореализации не приводит к уходу из организации, но обеспечивает формирование новых бизнес-единиц внутри организации и в ее интересах.

В настоящее время понятия «менеджер», «хозяин», «предприниматель» широко употребляют как в практике, так и в научной и учебной литературе.

Такое соседство понятий иногда вносит неясность и путаницу в определение функций этих лиц, поэтому необходимо выяснить «кто есть кто».

Задание 1

Тест «Типичный предприниматель»

По вопросам теста 1 (приложение 2) заполните первую и вторую колонки таблицы 2. Причем во вторую колонку запишите свои данные, в третью данные, по вашему мнению, характеризующие типичного предпринимателя. Затем заполните четвертую колонку по результатам обследований, проведенных в США.

Таблица 2 – Типичный предприниматель

№ вопроса	Ваши данные	Типичный предприниматель	
		на Ваш взгляд (ответы на тест 1)	по обследованиям, проведенным в США
1	2	3	4
1.			
2.			
3.			
и т. д.			
15.			

Произведите сравнение данных по каждому вопросу, помещенных в 2, 3, 4 колонках и сделайте для себя выводы:

1. Почему Ваше мнение не совпадает с данными обследований?
2. Что необходимо изменить в Ваших данных (колонка 2), чтобы приблизиться к образу типичного предпринимателя.

Задание 2

Тест «Что нужно знать предпринимателю»

После того, как Вы оценили свои способности и определили, можете ли Вы заниматься предпринимательством, постарайтесь представить себя в этой роли и приведите перечень вопросов, которые Вы должны знать, и способностей, которыми должны обладать. Сравните составленный Вами перечень с предложенным преподавателем. Отметьте в полученном и

дополнительном перечне пункты, которые Вы уже знаете и уделите вопросам, оставшимся не отмеченными, особое внимание при дальнейшем изучении данного курса.

Задание 3

В условиях акционерной формы организации, как правило, именно «управленец» и «предприниматель» вступают в прямые деловые отношения. Выделите отличительные особенности характера, позиций, содержания и методов деятельности управленца и предпринимателя в организации в виде таблицы 3. Сделайте выводы.

Таблица 3 – Соотношение отличительных особенностей деятельности управляющего и предпринимателя в организации

Факторы отличия	На что делает акцент управляющий	На что делает акцент предприниматель
1. Отношение к риску		
2. Отношение к средствам		
3. Цели и задачи		
4. Человеческий фактор		
5. Мотивация		
6. Характер процесса работы		
7. Статус		
8. Самоидентификация		
9. Выдача заданий		
10. Отношение в коллегам, подчиненным		
11. Контроль		
12. Результат		

Задание 4

Символический образ предпринимателя

Экономика России находится в неустойчивом состоянии, характеризуемом потерей стратегических установок и целей, когда цена любого управленческого решения приобретает особое значение, тем более, если оно касается человека. В связи с этим фактор управленческой компетентности предпринимателя, включая и психологическую ее сторону, является едва ли не главным гарантом его профессиональной состоятельности.

Поэтому будущим предпринимателям настоятельно необходимо знать и уметь адекватно обнаружить связь между изменениями внешней среды и теми требованиями, которые предъявляют эти изменения к его работе. В связи с этим образно представьте «портрет» предпринимателя XXI века.

Ход выполнения задания

1. В течение 5 мин индивидуально составьте «портрет» предпринимателя XXI в., принимая во внимание предстоящие изменения в деловом окружении.

2. В малых группах в течение следующих 10 мин выработайте групповое решение в отношении символического образа предпринимателя XXI в. по следующей схеме (рисунок 1).

Что должен учитывать?

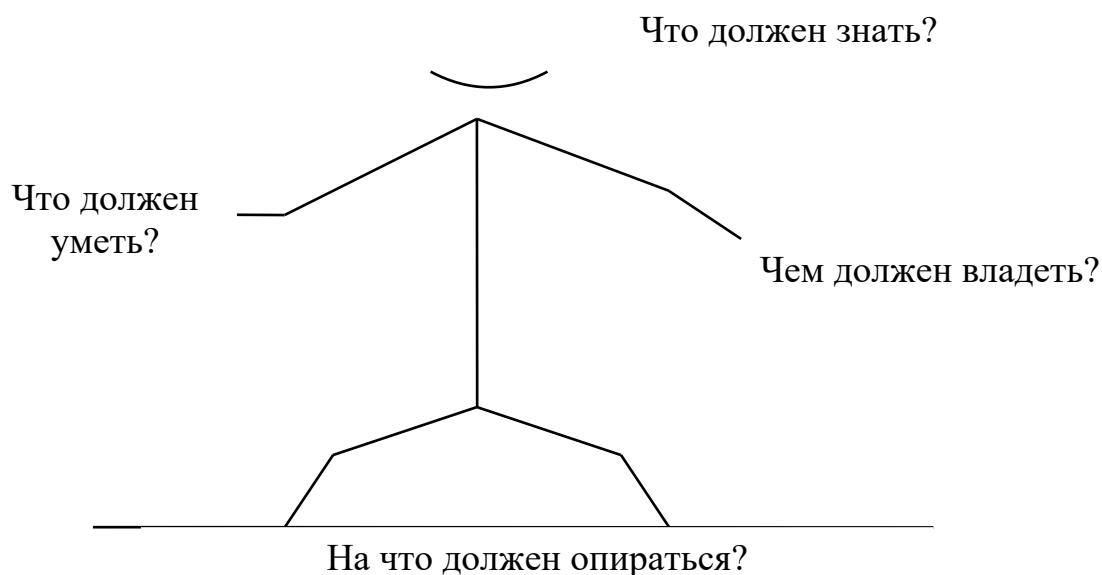


Рисунок 1 – Символический образ предпринимателя

3. Под руководством преподавателя в течение 15 мин проведите обсуждение и выработайте общее видение требований к профессиональной компетенции предпринимателя XXI в.

Вопросы к практическому занятию:

1. Дайте характеристику терминов «предприниматель», «хозяин», «управленец».
 2. В чем заключаются отличительные особенности деятельности управляющего и предпринимателя в организации?
 3. Укажите основные черты предпринимателя.
- Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3

Объекты и субъекты предпринимательства.

Критерии успеха бизнеса

Цель : закрепить понимание критериев успеха бизнеса.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: критерии успеха самых успешных бизнесменов мира и их бизнесов ;

уметь: оценивать критерии успеха самых успешных бизнесменов мира и их бизнесов для новых рыночных возможностей и бизнес-идей.

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции:

ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Методы оценки уровня конкурентоспособности предприятия достаточно разнообразны: по сравнительным преимуществам, по факторам производства, по рыночным позициям фирмы, по качеству продукции, матричный метод. В бизнес-практике оценка уровня конкурентоспособности предприятия производится преимущественно на основе сравнительной характеристики деятельности предприятия и наиболее сильных конкурентов по ряду факторов. В таблице 14 представлены основные факторы, которые могут быть использованы в ходе анализа слабых и сильных сторон предприятия.

Таблица 14 – Анализ сильных и слабых сторон предприятия

Факторы, характеризующие предприятие	Оценка
1	2
Менеджмент предприятия	
1. Предпринимательская культура и философия	
2. Четкость разделения полномочий и функций	
3. Цели и стратегии	
4. Скорость реагирования управления на происходящие изменения	
5. Система мотивации сотрудников	
6. Текучесть кадров	
7. Качество используемой в управлении информации	
8. Система связи	
9. Коэффициент административной нагрузки (отношение численности административного аппарата к численности производственного)	
Производство	
10. Оборудование	
11. Гибкость производственных линий	
12. Качество производственного планирования и управления	
13. Наличие производственных мощностей для расширения	
14. Контроль качества	
15. Своевременность поставок	
16. Объем продаж в расчете на одного занятого	
Научные исследования и разработки	
17. Проведение НИР	
18. Ноу-хау используемых инноваций	
19. Использование новых информационных технологий	
Маркетинг	
20. Доля рынка сбыта, контролируемая фирмой	
21. Организация сбыта	
22. Расположение сбытовых филиалов	
23. Репутация товаров на рынке	
24. Престиж торговой марки	
25. Уровень обслуживания покупателей	
26. Торговый аппарат	
27. Цены на товары и услуги	
28. Число потребителей продукции	
29. Качество поступающей информации о рынке	
Кадры	
30. Возрастная структура	
31. Уровень образования	
32. Квалификация персонала	
33. Возможность обучения и подготовки персонала	
Финансы	
34. Уровень финансового состояния	
35. Рентабельность	
36. Возможности инвестирования	
37. Динамика дивидендов	
38. Размер собственности	

Задание 1

Ситуация «Путь к успеху»

Фирма «П» – передовая многопрофильная туристская фирма была создана в 1991 г. на основе оригинальной идеи использования технических рейсов самолетов, работающих на зарубежных линиях.

В период становления цивилизованного туризма фирма «П» перешла на обслуживание массовых потоков туристов среднего класса – предпринимателей, направляющихся на отдых.

Изменилась конъюнктура рынка воздушных перевозок, установился рынок чартерных рейсов, были разработаны четкие правила и организационные методы отправки больших потоков туристов.

Фирма четко переориентировалась на туроператорскую деятельность и прочно заняла ведущее место в чартерных программах на средиземноморский регион, причем основным видом туризма стал массовый заезд туристов на морские курорты (Анталия, Кипр, Египет, Италия, Испания, Канарские острова). Сейчас осуществляются познавательные туры (классическая Италия), экзотические туры в южные туристские регионы (Таиланд) и др. Еженедельно отправляется семь авиарейсов. Общий объем туристов в сезон превышает 4 тыс. человек в месяц.

Наряду с массовыми турами «П» предлагает состоятельным клиентам индивидуальное обслуживание. По заказу клиента может быть спроектирован и заказан тур в любые регионы и страны мира. При этом учитываются самые изысканные требования к размещению, питанию, оказанию особых услуг. Организуются оформление загранпаспортов, получение виз и разрешений в иностранных консульствах.

Освоение массовых туров потребовало создания принципиально новой технологии реализации туристского продукта.

Технология продаж. Успех в технологии продаж туристского продукта был достигнут фирмой благодаря хорошо отлаженной системе реализации и

гибкой агентской политике. Туры, разработанные и осуществляемые фирмой «П», реализуются в двух головных агентствах Санкт-Петербурга, расположенных в самых престижных районах города.

Исключительная престижность месторасположения и доступность пунктов продаж во многом определяют массовость клиентуры. По каждому туру разработана обширная информационная база (листовки, брошюры), дающая возможность клиенту получить достаточный объем информации для принятия решения о выборе направления и конкретного тура. Приобретая туристскую путевку, клиенты подписывают с фирмой договор, в котором указан тщательно отработанный набор условий, что позволяет предупредить возможные конфликты и недочеты в обслуживании.

В связи с большим объемом туристского оборота фирма имеет возможность устанавливать умеренные цены на все виды туристского продукта, использовать все возможные виды скидок для минимизации стоимости туристского обслуживания, в частности, применять щадящий курс валют, что позволяет занимать выгодное положение на рынке аналогичных услуг.

Прием туристов. В силу основополагающей концепции многопрофильности своей деятельности фирма «П» осуществляет прием большого потока иностранных туристов в Санкт-Петербурге и других регионах России. Она предлагает широкий набор туристских маршрутов по северной столице, отличное размещение и питание по умеренным ценам. В ее распоряжении парк собственных комфортабельных туристских автобусов для перевозки больших и малых групп. Эффективно используя методы кооперации с экскурсионными бюро, гильдией гидов-переводчиков, ведущими музеями, фирма «П» осуществляет обслуживание гостей на высоком уровне. Наряду с зарубежными туристами обслуживаются группы соотечественников, в частности, школьников, прибывающих в Санкт-Петербург из различных регионов страны.

Офис. Помещения офисов фирмы оформлены изящно и строго в современном деловом стиле. Над входом развеваются два фирменных стяга. Около подъезда на тротуаре установлен мобильный рекламный блок, кратко описывающий текущие предложения.

В помещениях офиса – стильная и элегантная мебель, рационально расположенные рабочие места, надлежащая фирменная оргтехника, мощный телефонный коммутатор. Организован оперативный контроль за работой операторов продаж. Все это свидетельствует о стабильности и процветании фирмы и укрепляет потенциального потребителя во мнении воспользоваться ее услугами.

Организационная структура и персонал фирмы. Оргструктура фирмы постоянно совершенствуется адекватно ее стремительному развитию (рисунок 1). В фирме работает более 100 специалистов. Сформировано несколько крупных подразделений в соответствии с профилем работ, из них особо следует отметить агентский отдел и отделы по прямому обслуживанию клиентов, группы туристского оформления.

Все сотрудники имеют надлежащее профессиональное образование, подготовку и опыт работы.

Кадровая работа ведется на самом высоком уровне. В основном в фирме трудится молодежь; средний возраст работников не превышает 25 лет. Большую часть составляют преимущественно обаятельные, предупредительные девушки.



Рисунок 2 – Организационная структура фирмы «П»

Работники категории младшего персонала набираются из числа студентов средних и высших учебных заведений системы туристского образования Санкт-Петербурга. Как правило, в фирме они проходят практику, пишут курсовые или дипломные работы по соответствующей тематике, отрабатывают актуальные вопросы технологии обслуживания, туристского маркетинга и т. д. Это позволяет выявлять наиболее способных работников и затем приглашать их на постоянную работу.

Важными факторами в кадровой политике фирмы являются инструктаж и регулярное обучение персонала, направленное на повышение квалификации работников. Молодых сотрудников учат проводить ознакомительные беседы с потенциальным клиентом, выявлять людей, чьи цели поездки отличны от туристских, предупреждать конфликты с иммиграционными службами. Используется метод ротации кадров специалистов.

Особенно тщательно готовится штат туристских лидеров, обслуживающих туристов на местах за рубежом. Установлено и практикой доказано, что дешевле и эффективнее содержать опытного работника на месте приема туристов, чем направлять турлидеров с каждой группой. Такие специалисты, как правило, хорошо владеют местным и английским языками, отлично ориентируются в обстановке региона, устанавливают контакты с руководством принимающих фирм, отелей и обслуживают прибывающих туристов на высоком уровне. Кроме того, существенна экономия на транспортных расходах. Длительность пребывания таких работников определяется доступным сроком визы.

Персонал высшего руководящего звена состоит из энергичных и опытных специалистов, много лет работающих в международном туризме, владеющих методами туристского менеджмента. Это истинные «зубры» от туризма, талантливые руководители и предприниматели.

Система бронирования. Фирма «П» имеет огромный арсенал контрактных связей с туристскими фирмами, перевозчиками, отелями и другими звеньями сложной цепи туристского обслуживания как в стране, так и за рубежом, во всех центрах, куда направляются потоки туристов.

Бронирование туристского обслуживания для индивидуальных туристов производится через автоматизированную систему «Амадеус», терминал которой установлен в центральном офисе. Являясь членом IATA, фирма «П» осуществляет бронирование и продажу авиабилетов на рейсы крупнейших зарубежных авиакомпаний—«British Airways», «Air France», «Swiss Air», и др.

Реклама. Фирма ведет агрессивную рекламную политику, постоянно изыскивая наиболее эффективно работающие рекламные пространства в газетах, журналах, использует внешнюю рекламу радио и телевидение. Большое внимание уделяется рекламе имиджа: разработаны изящный и лаконичный фирменный стиль, флага, логотипы. Издаются на высоком полиграфическом уровне каталоги туристского продукта, активно используются методы оперативного рекламного сопровождения отдельных туров.

Продуманная рекламная политика, значительные средства, затрачиваемые на нее, приносят положительный эффект – объем туристского продукта фирмы постоянно увеличивается. Туристские маршруты отличаются оригинальностью и высоким уровнем обслуживания. Руководство фирмы внимательно следит за достаточно непостоянным спросом на туристские услуги, тщательно выбирает для своих клиентов отели, организует питание, интересные экскурсии.

Участие в туристских выставках. Фирма проявляет значительный интерес к туристской общественной жизни, участвует во всех важных туристских мероприятиях, выделяет время и значительные средства для участия не только в России, но и за рубежом, в том числе в крупнейших выставках и ярмарках — «World Travel Market», «International Tourism Bourse» и др.

Участие в международных ассоциациях. Фирма «П» принимает самое деятельное участие в туристском движении в России и за рубежом. Она является членом всех крупных туристских ассоциаций. Руководящее звено фирмы – участник Правления Российской ассоциации туристских агентств, кроме того, оно возглавляет Санкт-петербургское региональное отделение этой ассоциации. Фирма принимает участие в работе Ассоциации туризма мэрии Санкт-Петербурга, Ассоциации работников туристско-экскурсионных предприятий, отелей и ресторанов Санкт-Петербурга. Фирма также состоит членом международных туристских организаций Азиатско-Тихоокеанской ассоциации туристских агентств, Американской ассоциации туристских агентств и др.

Основные туры, предлагаемые фирмой «П»(цены условные)

Туры на отдых

- Египет (Хургада, круизы по Нилу) – от 350 у. е.
- Канарские острова (Тенерифе) – от 680 у. е.
- Турция (Анталья, Измир: курорты Чешме, Кушадасы) – от 350 у. е.
- Таиланд – от 850 у. е.
- Италия (остров Сицилия, Римини) – от 660 у. е.
- Испания (Костадель Соль, КостаДорада) - от 400 у. е.

Экскурсионные туры «Классика»

- Италия – от 500 у. е.
- Прага – от 350 у. е.
- Финляндия – от 350 у. е.
- Прага – Париж – от 550 у. е.

Бизнес-туры

- Италия – от 780 у. е.
- Стамбул – от 400 у. е.

Таблица 4 – Цены на туры в Турцию конкурентов фирмы «П»(у.е.)

Сезон	Фирма		
	Б-И	Д-Т	Т-С
Зима	400	430	470
Лето	350	400	400

Таблица 5 – Количество путевок, реализуемых фирмой «П» в зимний летний периоды, без учета межсезонья(шт.)

Сезо н	Год						
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	6-й	7-й
Лето	950	1500	2900	3090	3600	4000	5500
Зима	2100	2600	2650	2700	3400	4300	4800

Таблица 6 – Экономические результаты деятельности фирмы «П» за семилетний период(у.е.)

Статья	Годы						
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	6-й	7-й
Постоянные издержки:							
Земля и здания	250 000	300 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000
Транспортные средства	250 000	210 000	200 000	180 000	150 000	190 000	180 000
Офисное оборудование	90 000	80 000	85 000	70 000	60 000	70 000	60 000
Дебиторская задолженность	300 000	270 000	250 000	200 000	150 000	100 000	500 000
Расчетный счет и касса	10 000	15 000	18 000	19 000	20 000	21000	25 000
Кредиторская задолженность	290 000	250 000	230 000	150 000	140 000	90 000	30 000
Налоги	300 000	320 000	330 000	340 000	340 000	350 000	340 000
Дивиденды	100 000	90 000	90 000	90 000	90 000	90 000	90 000
Финансирование за счет:							
акционерного капитала	1000000	900 000	900 000	900 000	900 000	900 000	900 000
нераспределенной прибыли	400 000	420 000	430 000	450 000	460 000	470 000	500 000
банковских кредитов	-	-	-	-	-	-	-

Проведите анализ слабых и сильных сторон рассматриваемого предприятия. Результаты оформите в виде таблицы 11.

Примечание: Каждый фактор в таблице оценивается следующим образом:

- 1 - лучше, чем кто-либо на рынке. Явный лидер в отрасли.
- 2 - выше среднего уровня. Показатели хозяйственной деятельности достаточно высоки и стабильны.
- 3- средний уровень. Полное соответствие отраслевым стандартам. Устойчивое положение на рынке.
- 4- следует позаботиться об улучшении своих позиций на рынке. Есть повод для беспокойства. Отмечено ухудшение показателей хозяйственной деятельности.
- 5- положение действительно тревожное. Позиции на рынке должны быть улучшены самым решительным образом. Предприятие попало в кризисную ситуацию.

Задание 2. Составьте доклад-презентацию на 3-5 мин (3-5 слайдов) о самых успешных предпринимателях мира

Задание 3. Составьте доклад-презентацию на 3-5 мин (3-5 слайдов) о самых успешных компаниях мира

Вопросы к практическому занятию:

1. В чем заключается успех предпринимательства?
2. Каковы факторы успеха по мнению успешных бизнесменов?
3. Назовите 10 самых богатых бизнесменов мира.
4. Назовите 10 самых успешных компаний мира.

Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4

Конкуренция в предпринимательстве.

Оценка конкурентоспособности предприятия

Цель : закрепить знания о методах оценки конкурентоспособности предприятия.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: экономических законов поведения организаций в бизнес-среде,;

уметь: анализировать бизнес-среду организации и проводить анализ конкурентоспособности предприятия и его продукта

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции:

ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Конкурентоспособность предприятия – это реальная или потенциальная способность предприятия проектировать, изготавливать и реализовывать товары в тех условиях рынка, где им приходится работать.

Факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, достаточно много. Действие их часто разнонаправлено, поэтому при определении уровня конкурентоспособной предприятия следует использовать обобщающие оценки:

- 1) метод суммы мест;
- 2) метод балльной оценки;
- 3) метод построения профиля требований;
- 4) метод балльной оценки с учетом коэффициента весомости факторов.

Задание 1

Оцените уровень конкурентоспособности услуг, оказываемых фирмой «Пушинка», используя обобщающие оценки:

- 1) метод суммы мест;
- 2) метод балльной оценки;
- 3) метод балльной оценки с учетом коэффициента весомости факторов;
- 4) метод построения профиля требований.

Исходные данные для расчета представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Исходные данные

Факторы	Коэффициент весомости	Фирма «Пушинка»	Конкуренты	
			Фирма «Светлана»	Фирма «Клубок»
1. Доля рынка, %	0,2	60	30	10
2. Рентабельность услуг, %	0,2	20	20	15
3. Средневзвешенная цена, руб.	0,15	110	115	126
4. Качество услуг	0,15	среднее	высокое	среднее
5. Срок исполнения заказа, дн.	0,15	10	8	6
6. Уровень известности услуг фирмы	0,1	хорошо известны	известны	мало- известны
7. Расходы на рекламу, тыс. руб.	0,05	10,8	5,4	1,8
Примечание. Весовые оценки получены экспертным путем посредством установления степени важности факторов конкурентоспособности предприятия.				

Вопросы к практическому занятию:

1. Охарактеризуйте понятия «конкурентоспособность предприятия».
2. Назовите и опишите основные методы оценки уровня конкурентоспособности предприятия.
3. Назовите факторы, характеризующие сильные и слабые стороны конкурента.

Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5

Конкуренция в предпринимательстве.

Оценка конкурентных преимуществ продукции

Цель : закрепить знания о методах оценки преимуществ продукции

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: экономических законов поведения организаций в бизнес-среде,;

уметь: анализировать бизнес-среду организации и проводить анализ конкурентоспособности предприятия и его продукта

владеть : методиками оценки конкурентных преимуществ

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции:

ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Основной идеей предпринимателя является продукт (товар или услуга), предлагаемый к внедрению. Если в сопоставлении с аналогами он имеет значительные преимущества, то реализация проекта обречена на успех. Оценку конкурентоспособности производимой продукции можно производить по характеристикам, изложенным в таблице 7.

Таблица 7 – Оценка конкурентоспособности продукции

Наименование показателя	Исследуемый продукт	Аналоги			
		№ 1	№ 2	----	№ 3
1. Характеристика товара					
1.1. Срок службы					
1.2. Качество					
1.3. Престиж торговой марки					
1.4. Уровень послепродажного обслуживания					
1.5. Уникальность (отсутствие аналогов)					
1.6. Дизайн					
1.7. Универсальность применения					
1.8. Надежность в потреблении					
Итого					
2. Цена					
2.1. Продажная цена					
2.2. Расходы, связанные с транспортировкой продукции					
Итого					
Всего					

Качество продукции оценивается по ряду специфических показателей, присущих только этому товару, работе, услуге. (таблица 8).

Таблица 8 - Рейтинг качества продукции

Наименование образца	Рейтинг	Ранг	Бал (0-5)	Место изготовления (расходы, связанные с эксплуатацией)	Срок службы	Цена	Надежность в применении
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							

Задание 1

Определите рейтинг качества продукции согласно оценкам экспертов и проведите их ранжирование (таблица 8). Сделайте выводы.

Таблица 9 – Общие результаты экспертных оценок качества

Наименование образца	Показатели качества					
	Прозрачность (0-3)	Цвет (0-3)	Аромат (1-4)	Полнота вкуса (2-5)	Хмелевая горечь (2-5)	Пеннообразование (2-5)
1. Дон. Классическое	2,4	2,7	2,6	2,9	3,4	4
2. Ипатово. Светлое	2,8	2,3	2,3	2,7	3,1	3,6
3. Золотой колос. Классическое	2,7	2,4	2,9	3,5	4,1	3,9
4. Балтика. Классическое	2,8	2,7	2,7	3,3	3,4	4,1
5. Губернское. Классическое	2,8	2,9	3,6	3,8	4	4,3
6. Сибирская корона. Классическое	2,7	2,4	2,8	3,3	3,2	4,3
7. Клинское. Светлое	2,9	2,8	2,9	3,4	4	4,6

Задание 2

Проведите оценку конкурентоспособности продукта – пиво «Губернское. Классическое»- по исходным данным задачи №1 , а также учитывая, что Ипатовское и Губернское пиво производятся в нашем регионе и относятся, к категории «живых» и имеют срок годности – 30 суток, в отличие от остальных, имеющих этап показатель равным 45 суток.

Ценовые показатели следующие: № 1 -16,9 руб., № 2 – 18 руб., № 3 – 18,3 руб., № 4 – 16,9 руб., № 5 – 18 руб., № 6 – 20,7 руб., № 7 – 19,3 руб.

Оценку необходимо провести по 5-ти бальной системе и решение представить в форме таблицы 7.

Задание 3

Имеются следующие характеристики товара, в частности электронных часов (таблица 10). Оценка качества часов проведена с помощью метода экспертных оценок. Все параметры оценивались по 10-балльной шкале.

1. Используя исходные данные (таблица 10), оцените конкурентоспособность электронных часов, рассчитав следующие показатели:

- а) общий индекс жестких потребительских параметров;
- б) общий индекс жестких параметров;
- в) общий индекс мягких параметров;
- г) общий индекс жестких и мягких параметров;
- д) общий индекс экономических факторов;
- е) индекс конкурентоспособности.

2. Проведите сравнительный анализ конкурентоспособности, учитывая, что параллельно проводилось сравнение с конкурентным товаром. Оценка его технологических параметров дала почти одинаковый с нашим товаром результат – 0,91. Однако потребительские оценки были ниже: по жестким параметрам – 0,55, по мягким – 0,7. Оценки экономических факторов почти совпали – 0,76.

Таблица 10 – Исходные данные

Показатели	Характеристики	Параметрический индекс, k_i	Ранг, R_i
Жесткие технологические параметры			
Материал корпуса	Синтетика - штамповка, с упрощениями	0,7	1
Дисплей на жидких кристаллах	Соответствует ГОСТу	1,0	1

Электроника	Соответствует ГОСТу	1,0	2
Надежность (время службы)	Три года (соответствует ГОСТу)	1,0	3
Дополнительные функции -календарь, будильник	По ГОСТу	1,0	2
Срок службы батареек	Один год	0,5	1
Жесткие потребительские параметры			
Вес	На 10% больше ГОСТа	0,7	7
Ремешок	Матерчатый вместо синтетического по ГОСТу	0,3	3
Мягкие потребительские параметры			
Дизайн	Опрос	0,8	5
Стиль - молодежный	Опрос	0,7	3
Эргономичность	Опрос	0,9	2
Экономические факторы			
Энергоемкость	Расчет	0,4	2
Цена	Опрос	0,8	8

Сделайте выводы относительно конкурентоспособности наших электронных часов.

Задание 4

Выполните оценку конкурентоспособности услуг по пошиву женского пальто по индивидуальным заказам населения фирмы «Силуэт» с использованием исходных данных, представленных в таблице 10. Сделайте выводы относительно конкурентоспособности услуг, предоставляемых фирмой «Силуэт».

Таблица 11 – Исходные данные

Параметры	Значения параметров		Коэффициент весомости
	услуги фирмы «Силуэт»	услуга-образец	
Потребительские параметры:			1,0
Эстетические, баллы	17	13	0,4
Конструктивно-эргономические, баллы	9	7	0,4
Технологические, баллы	9	6	0,2
Экономические параметры:			1,0

Цена, руб.	550	650	1,0
Примечание. Балльная оценка потребительских параметров осуществлена по сорокабалльной шкале			

Вопросы к практическому занятию:

1. В чем сущность конкуренции?
 2. Охарактеризуйте виды и методы конкуренций.
 3. Назовите конкурентные стратегии предпринимателей в современных условиях и опишите их.
 4. Укажите показатели оценки конкурентоспособности продукции.
- Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6

Конкуренция в предпринимательстве.

Конкурентная среда рынка и ее структура

Цель : закрепить знания о методах оценки конкурентной среды рынка и ее структурных элементов.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: экономических законов поведения организаций в бизнес-среде;

уметь: анализировать бизнес-среду организации и проводить анализ конкурентоспособности предприятия и его продукта

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции: ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

В рыночной экономике фирмы действуют в условиях конкуренции. Конкуренция — состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Выделяют четыре возможные конкурентные структуры, или типы рынков: совершенную конкуренцию, монополию, олигополию.

Необходимо тщательно изучать и анализировать конкурентную среду, в которой действует фирма. Первым этапом изучения конкурентной среды является оценка характеристики рынка, на котором работает или предполагает действовать фирма. Далее следует изучить, кто является реальным или потенциальным конкурентом.

Конкурент — важный элемент рыночной среды, оказывающий влияние на экономическую стратегию фирмы в отношении товара, поставщиков, посредников, покупателей. Исследование позиций конкурентов охватывает широкий спектр вопросов и требует привлечения значительного объема информации. Она может быть получена из различных источников: общеэкономических, отраслевых, рекламных проспектов, буклетов, каталогов. Нередко важной информацией о конкурентах располагают сбытовики, посредники. Всестороннее и постоянное изучение конкурентов приносит заметные результаты.

Характеристика рынка отрасли предполагает анализ положения на рынке конкурентов, выявление их современных позиций, стратегии и тактики (таблица 12).

Таблица 12 – Характеристика рынка отрасли

Наименование показателя	Вид продукции				Всего
	№ 1	№ 2	---	№ n	
1. Емкость рынка отрасли, всего, шт.					
в том числе					
-					
-					
-					
2. Объем продаж, шт					
3. Занимаемая доля рынка, %					

При анализе рынков сбыта важно оценить сегменты рынка, круг его потребителей (таблица 13).

Таблица 13 – Оценка рынков сбыта

Сегменты рынка	Виды продукции
----------------	----------------

	№ 1	№2	---	№ n	Всего
1.					
2.					
3.					
Всего:					

Задание 1

Производственно-коммерческая фирма ООО «Каретный двор» является производителем автоприцепов и микроавтобусов и расположена в г. Ростов-на-Дону. Основная продукция фирмы рассчитана на потребление достаточно широкими массами населения, проявляющими предпринимательский интерес к грузоперевозкам небольших объемов и веса или имеющими потребность использования автоприцепов и автомобилей особо малого класса для личных хозяйственных нужд. Емкость рынка оценивается фирмой исходя из общего числа потенциальных потребителей на местном и региональном рынках (по географическому признаку) и опыта продаж аналогичной продукции другими производителями России. Вероятностное распределение долей рынка фирмы на каждом целевом сегменте представлено в виде таблицы 13.

1. Определите долю рынка продаж ООО «Каретный двор» в общей емкости рынка.

2. Определите требуемые объемы продаж по сегментам потребителей и географическому ареалу. Постройте диаграмму их структуры по видам производимых товаров.

Таблица 13 – Структура потенциального рынка сбыта фирмы

Емкость	Автоприцепы				Микроавтомобили			Всего
	итого	ПАГ-2	ПАГ-2Б	ПАГ-2Ф	итого	Хуторок	МК-3	
1. Емкость рынка:								
Россия (шт./год)	10000	7000	1000	2000	15000	5000	10000	
Ближнее зарубежье (шт./год)		—	—	—	40000	1000	30000	—
2. Потенциальный объем продаж	900	400	200	300	100	50	50	

(шт./год)								
3. Доля рынка по потребителям:		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
— фермеры		40%	70%	40%		20%	20%	
— предприниматели		50%	20%	55%		55%	45%	
— школы, детсады		—	—	—		20%	20%	
— инвалиды			—	—			5%	
— прочие		10%	10%	5%		5%	10%	
4. Доля рынка по географии:	100%					100%	100%	100%
- г. Ростов-на-Дону	10%							
- Ростовская область	20%					60%	10%	90%
- Краснодарский край	- -					20%	75%	10%
- Ставропольский край	70%					10%	10%	-
Ближнее зарубежье	-					10%	5%	-

Вопросы к практическому занятию:

1. Охарактеризуйте понятия «конкуренция» и «монополия».
2. В чем заключается антимонопольное регулирование экономики?
3. Назовите и опишите типы конкурентного поведения фирмы.
4. Назовите показатели, характеризующие уровень конкуренции на рынке отрасли.

Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7

Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности: коммерческие организации.

Виды форм предпринимательской деятельности

Цель : закрепить знания о видах форм предпринимательской деятельности.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: организационно-правовых форм создания , функционирования, реорганизации и ликвидации предпринимательской фирмы;

уметь: оценивать правовые, экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности,

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции: ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Вид деятельности в предпринимательстве, как правило, зависит от объема знаний организаторов фирмы в той или иной деятельности и от исследования рынка и поиска нового и эффективного приложения капитала. Однако в каждом конкретном случае совокупность факторов влияющих на конкретный выбор достаточно разнообразно и в этом разделе нужно описать имеющиеся у студента доводы в пользу выбранного им вида бизнеса.

Определение организационно-правовой формы и ее обоснование

Предпринимательская фирма должна иметь одну из организационно-правовых форм, установленных Гражданским Кодексом РФ, и обладать статусом юридического лица.

В соответствии с Гражданским Кодексом РФ предпринимательские фирмы могут иметь следующие организационно-правовые формы:

1. Хозяйственные товарищества:

- полное товарищество;
- товарищество на вере (коммандитное);

2. Хозяйственные общества:

- общество с ограниченной ответственностью;
- акционерное общество (публичное или не публичное);

Хозяйственным товариществами и обществами признаются коммерческие организации с разделенными на вклады участников уставным

капиталом, которые в качестве основной цели преследуют извлечение прибыли путем осуществления любых, не запрещенных законом видов деятельности.

Основные отличия обществ и товариществ:

а) общества представляют собой объединение капиталов, т. е. участие учредителей выражается, прежде всего, в имущественных взносах и необязательно – в личном труде, а товарищества являются объединением лиц, поскольку учредители, как правило, не только участвуют в деятельности товарищества своим трудом, но и непосредственно занимаются предпринимательством;

б) участники обществ несут лишь риск убытков в пределах своего вклада в уставной капитал, а участники товариществ ограниченную ответственность по долгам в пределах всего имущества (это правило не распространяется на коммандитистов).

в) хозяйственное общество, в отличие от товарищества, может быть создано одним учредителем, который становится его единственным участником.

3. Производственный кооператив – добровольное объединение граждан для совместной производственной или хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом или ином участии и объединении его членами имущественных паевых взносов.

4. Унитарное предприятие государственное, муниципальное – коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней имущество, которое неделимо и не распределяется по вкладам, в том числе между работниками. Имущество находится в государственной или муниципальной собственности и принадлежит предприятию на праве хозяйственного ведения или оперативного управления.

Задание 1

Изобразите схематически организационно-правовые формы субъектов хозяйствования.

Задание 2

Какие из ниже приведенных определений соответствуют понятиям «унитарное предприятие», «некоммерческая организация», «юридическое лицо», «производственный кооператив», «хозяйственное общество», «хозяйственное товарищество», «акционерное общество»:

- а) коммерческая организация, уставной капитал которой разделен на определенное число акций;
- б) коммерческая организация с разделенным на доли уставным капиталом;
- в) договорное объединение лиц для предпринимательской деятельности;
- г) добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной деятельности;
- д) коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней неделимое имущество;
- е) организация, не имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющая свою прибыль между ее участниками;
- ж) предприятие, организация, учреждение, имеющее имущество и отвечающее по своим обязательствам своим имуществом, имеющее права и обязанности и самостоятельный баланс или смету.

Задание 3

Выделите организационно-экономические и организационно-правовые формы предпринимательской деятельности :

- а) концерн;
- б) общество с ограниченной ответственностью;
- в) холдинг;

- г) трест;
- д) акционерное общество;
- е) синдикат;
- ж) некоммерческая организация;
- з) финансово-промышленная группа;
- и) полное товарищество;
- к) государственное и муниципальное предприятия;
- л) индивидуальный предприниматель.

Задание 4

Выберите правильный ответ:

1. Консорциум – это:

- а) объединение картельного типа любой формы собственности для реализации крупных целевых проектов;
- б) временное добровольное объединение предприятий любой формы собственности для реализации крупных целевых проектов;
- в) постоянное монопольное объединение предприятий любой формы собственности для реализации крупных целевых проектов;
- г) финансовый трест олигополистического типа для реализации крупных целевых проектов.

Задание 5

Укажите основные параметры индивидуального предпринимателя, хозяйственного товарищества, хозяйственного общества, государственных и муниципальных предприятий, кооператива и их видов по следующим признакам:

- 1) учредители;
- 2) источники образования имущества;
- 3) ответственность по обязательствам;
- 4) количество участников;

5) особенности.

Вопросы к практическому занятию:

1. Назовите основные виды организационно-правовых форм предпринимательской деятельности в РФ.
2. Назовите отличительные черты акционерных обществ.
3. Укажите характерные черты хозяйственных товариществ.
4. Охарактеризуйте особенности государственных, муниципальных, малых предприятий.
5. Укажите основные черты некоммерческих организаций, ассоциаций, союзов, финансово-промышленных групп.
6. В чем особенности холдинговых компаний и оффшорных предприятий.

Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 8

Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности: некоммерческие организации.

Управление и взаимоотношения участников в различных организационно-правовых формах предпринимательства

Цель : закрепить знания о видах форм взаимоотношений участников предпринимательской деятельности.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: организационно-правовых форм создания , функционирования, реорганизации и ликвидации предпринимательской фирмы; экономических законов поведения организаций в бизнес-среде, основных бизнес-процессов в организации, системе бизнеса;

уметь: оценивать правовые, экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности,

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции:
ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Под управлением в широком смысле слова понимаются элемент, функция организованных систем различной природы, обеспечивающие сохранение их определенной структуры, поддержание режима деятельности, реализацию их программ и целей. Содержание и набор действий и функций, осуществляемых в процессе управления, зависят от типа организации, ее размеров, сферы деятельности, уровня в управленческой иерархии, функции внутри организации и от других факторов.

Система взаимоотношений между собственниками (акционерами, учредителями) предприятия и теми, кто им управляет (менеджерами) представляет собой корпоративное управление или правление. Корпоративное правление включает систему выборных и назначаемых органов, осуществляющих управление деятельностью компании, отражающих баланс интересов собственников и ориентированных на обеспечение максимально возможной прибыли от всех видов деятельности в рамках норм действующего законодательства.

Корпоративное управление подразумевает определенный круг участников корпоративных отношений. Ими являются:

- менеджеры компании;
- владельцы (акционеры/инвесторы);
- иные заинтересованные группы (кредиторы компании, наемный персонал, местные органы самоуправления и пр.).

Основная причина появления проблемы корпоративного управления - отделений владения от непосредственного управления собственностью.

Главная функция корпоративного управления – обеспечить работу компании в интересах акционеров/инвесторов, предоставивших ей финансовые ресурсы, а также в той или иной мере, других заинтересованных групп.

В настоящее время менеджмент уделяет преимущественное внимание акционерам компании, но интересы других держателей капитала также становятся одним из приоритетов корпоративного управления.

Задание 1

Уставной капитал фирмы был сформирован 4 учредителями. Одному принадлежала бизнес-идея, второму - имущество на 30 т. руб., третий внес денежные средства-40 т. руб., четвертый – лицензию, оцененную в 15 т. руб. На собрании учредителей было решено оценить стоимость бизнес-идеи как 50% величины уставного капитала. Определите:

- а) доли учредителей;
- б) распределение полученной прибыли в сумме 500 т.руб.
- в) распределение убытка в сумме 300т.руб.

Задание 2

Распределите между вкладчиками сумму оставшихся долговых выплат в объеме 1 млн. руб. полного товарищества, образованного тремя полными товарищами в долях равных 40%, 25% и 35%, если:

- а) каждый участник имеет имущество на сумму более 3 млн. руб.;
- б) третий не имеет никакой собственности;
- в) первый и третий не имеют никакой собственности.

Задание 3

Распределите между вкладчиками сумму долговых выплат в объеме 2 млн. руб. товарищества на вере, образованного пятью учредителями, трое из которых полные товарищи, а двое – коммандитисты с долями равными 10%, 30%, 25%, 15%, 20% в уставном капитале организации, составляющим 500 тыс. руб., если фирма на момент ликвидации

- а) имеет прибыль в размере 300 тыс. руб. и каждый из участников имеет имущества на сумму более 2,5 млн. руб..

б) имеет убыток на сумму 400 тыс. руб., имущества на 1 млн. руб. и каждый из участников – имущества на сумму более 2,5 млн. руб.

Задание 4

По исходным данным предыдущей задачи определите суммы долговых выплат, если организационно – правовая форма организации – общество с ограниченной ответственностью.

Задание 5

Акционерный капитал компании состоит из 1 млн. акций, и она выплачивает в настоящее время дивиденды в размере 10 руб. на акцию. Компания ожидает на протяжении следующих: 5 лет получить чистую прибыль и произвести капитальные расходы в следующих

Таблицы 14 – Показатели деятельности компании

Показатели	Значение по годам, тыс. руб.				
	1	2	3	4	5
Чистая прибыль	20 000	15 000	25 000	23 000	18 000
Капитальные расходы	10 000	15 000	20 000	15 000	20 000

Определить суммы дивидендов и внешнего финансирования при следующих вариантах дивидендной политики:

- 1) по остаточному принципу;
- 2) на прежнем уровне;
- 3) при дивидендном выходе, равном 50% (от чистой прибыли).

Задание 6

Определить, какой вариант предпочтительнее размещения 15 млн. руб.: выплаты дивидендов или выкуп собственных акций по цене 630 руб. за акцию, если прибыль и рыночная стоимость компании следующие (таблица 15).

Таблица 15 – Финансовые показатели компании

Показатели	Значение
Чистая прибыль после уплаты налогов, руб.	20 000 000
Число акций	500 000
Прибыль в расчете на одну акцию, руб.	40
Рыночная цена акции после распределения, руб.	600
Отношение рыночной цены к чистой прибыли компании в расчете на одну акцию	15

Задание 7

Определить структуру капитала компании после выплаты дивидендов акциями, если доход по акциям равен 5%, рыночная стоимость акции 40 долларов. Структура капитала перед эмиссией имеет следующий вид (табл. 16).

Таблица 16 – Структура капитала компании

Показатели	Значение, руб.
Обыкновенные акции (5 дол. — номинал 400 000 акций)	2 000 000
Оплаченный капитал	1 000 000
Нераспределенная прибыль	7 000 000
Собственный капитал	10 000 000

Вопросы к практическому занятию:

1. Расскажите о порядке распределения прибыли и убытков между участниками различных организационно-правовых форм предпринимательской деятельности.

2. Определите проблемы, которые могут возникать в процессе управления и во взаимоотношениях участников в различных организационно-правовых формах предпринимательства.

Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 9

Бизнес-идея и бизнес-план фирмы

Цель : закрепить знания о видах предпринимательских идей и выработать навыки формирования своей бизнес-идеи.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: сущности предпринимательства, его объектов, субъектов и особенностей;

уметь: находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею , обосновать ее реальность , целесообразность, инновационность, владеть навыками обоснования бизнес-идеи

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции:
ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Обоснование бизнес-идеи фирмы представляет собой творческий процесс по формированию перспективной бизнес-идеи, идеи нового продукта или услуги, технического, организационного или экономического решения.

К бизнес-идеи, служащей начальной точкой предпринимательской деятельности, можно прийти самостоятельно, перерабатывая информацию из разных источников или в ходе целенаправленного творческого поиска, но можно заимствовать уже готовую идею и дать ей новую жизнь через механизм приобретения существующих патентов, цехов, предприятий, создания совместных предприятий.

Возможные источники новых идей:

- отзыв потребителей;
- продукция, выпускаемая конкурентами;
- мнение работников отдела маркетинга;
- информация о патентах;
- проводимые научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы;
- инновации.

Внедрение любого инвестиционного решения невозможно без детального обоснования целесообразности и эффективности идеи, т. е. без составления бизнес-плана инвестиционного проекта.

Бизнес-планы, разрабатываемые на различные инновационные объекты или процессы, способствуют выходу на рынок высококонкурентных новых видов товаров и услуг, росту научно-технического прогресса. Они позволяют обосновать необходимость разработки того или иного инновационного проекта, возможность его реализации в действующих рыночных условиях, осуществить планирование ожидаемых затрат и конечных экономических результатов.

Бизнес-план является составной частью стратегического плана. Бизнес-планирование и стратегическое планирование – не тождественные понятия.

Общедоступной формой представления отдельных элементов и направлений стратегического инвестиционного плана выступает бизнес-план. Бизнес-план – это самостоятельный документ, характеризующийся своими целями, задачами, структурой.

Бизнес-план – основной документ, позволяющий детально изложить, обосновать и оценить возможности инвестиционного проекта для создания нового или расширения действующего производства (услуги).

Данное определение четко отражает главную цель бизнес-плана, состоящую в том, чтобы дать целостную системную оценку перспективности проекта, выработанного стратегического решения. Бизнес-план составляется для обоснований инвестиций при расширении действующего производства или создании нового продукта (услуги).

Задание 1

Обоснование бизнес-идеи

Данная работа осуществляется индивидуально по теме из перечня рекомендуемого в методических указаниях по выполнению контрольной

работы по дисциплине «Основы предпринимательства» или по любой другой, сформулированной самостоятельно и согласованной с преподавателем.

Задание включает два основных элемента:

- 1) разработку бизнес-идеи;
- 2) наглядные материалы для презентации.

Разработка бизнес-идеи состоит из описания содержания бизнес-идеи по следующей структуре.

1. Характеристика предприятия:

- название организации и ее юридический и почтовый адрес;
- организационно-правовая форма;
- миссия, назначение предприятия;
- сведения об уставном капитале и учредителях (величина уставного капитала, количество учредителей, их фамилии, имена, отчества, образование, стаж работы, доли вкладов учредителей и виды вкладов);
- персонал предприятия, его качественный и количественный состав, наименование должности, требуемое образование, стаж работы и т.д.

2. Основные виды изготавливаемой продукции или предоставляемых услуг:

- основные ассортиментные группы (направления);
- состав выделенных ассортиментных групп.

3. Описание преимуществ продукции (услуг):

- основные преимущества продукции (услуг) по сравнению с аналогами;
- оценка конкурентных преимуществ по техническим, качественным характеристикам, сроку службы, дизайну, многовариантности использования, заменяемости престижности, цене, уровню послепродажного обслуживания и другим признакам.

4. Оценка конкурентов и потребителей:

- список основных конкурентов и занимаемые ими доли на рынке;
- преимущества Вашего предприятия в сопоставлении с конкурентами;
- сегменты потребителей, их структура и характеристики.

5. Основные планируемые показатели:

- объемы производства в натуральных измерениях (количество товаров, услуг, посадочных мест, обслуживаемых клиентов);
- объемы требуемых инвестиций и их состав;
- предполагаемые цены и возможные доходы.

Данные показатели определяются на ближайшие 3 – 5 и могут представляться в табличном виде (таблица 17).

Таблица 17 – Основные планируемые показатели

Наименование показателя	Значение показателя по годам		
	1-й год	2-й год	3-й год
1. Объем производства продукции (услуг), всего, ед. в том числе - - -			
2. Сумма инвестиционных затрат, всего, тыс. руб. в том числе - - -			
3. Доходы, всего, тыс. руб. в том числе - - -			

Наглядные материалы для презентации включают графическое представление бизнес-идеи в виде иллюстраций (формата А4), плакатов, слайдов, содержащие схемы, графики, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, макеты и т. д.

Наглядные материалы должны отражать основные моменты разрабатываемой бизнес-идеи и быть в следующем составе.

1. Эмблема предприятия.
2. Характеристика предприятия.
3. Рекламный проспект.
4. Основные виды продукции (услуг).

5. Преимущества продукции (услуг).
6. Анализ конкурентов.
7. Характеристика потребителей и их структура.
8. Основные планируемые показатели.

Вопросы к практическому занятию:

1. Опишите подготовительный этап создания предпринимательской фирмы.
 2. Что представляет собой бизнес-идея?
 3. Какие составные элементы включает бизнес-идея?
- Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 9

Организация бизнеса.

Создание фирмы

Цель : закрепить знания о порядке создания предприятия и необходимых для этого документов.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: организационно-правовых форм создания , функционирования, реорганизации и ликвидации предпринимательской фирмы; экономических законов поведения организаций в бизнес-среде, основных бизнес-процессов в организации, системе бизнеса;

уметь: определять экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, владеть навыками формирования документов по созданию фирмы

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции: ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Уставной капитал предприятия служит как юридической, так и на первых порах материальной базой предприятия. Он определяет размеры предприятия, общий объем внесенных вкладов и доли каждого учредителя предприятия.

Вклад в уставной капитал может выражаться в передаче имущества или имущественных прав.

Вкладом в уставной капитал хозяйственного товарищества и общества могут быть деньги, ценные бумаги, другие вещи или имущественные права, имеющие денежную оценку.

Величина уставного капитала имеет ограничения по минимуму. Для обществ с ограниченной ответственностью она не должна быть меньше 100 МРОТ, а для акционерных обществ не менее 1000 МРОТ. Максимальный же размер не ограничен.

Величина уставного капитала определяется, прежде всего, тем какими средствами располагают учредители, и сколько необходимо средств для первоначальной организации предпринимательской деятельности. Внесенные в уставной капитал объекты оборудования или недвижимости становятся стартовой величиной при формировании имущества нового предприятия. Денежные средства, внесенные в уставной капитал на начальной стадии предприятия, расходуются на приобретение недостающего оборудования (кроме внесенного), на оплату первых текущих расходов (пока не появится первая выручка от продаж продукции).

Для определения необходимой величины уставного капитала нужно:

1. Рассчитать потребное количество единиц оборудования и с учетом стоимости каждой единицы общую стоимость оборудования.
2. Определить суммарную величину затрат на регистрацию предприятия
3. Рассчитать величину текущих затрат по производству и сбыту продукции, необходимую до момента поступления выручки от продаж (иногда и на более длительный срок). В состав текущих затрат могут входить следующие позиции: затраты на закупку сырья для производства, затраты на оплату труда, затраты на оплату коммунальных, канцелярских, командировочных и других расходов, затраты связанные с получением лицензии (если она необходима по данному виду деятельности), затраты на оплату налогов и т. д.

Определение состава учредителей

В качестве учредителей могут выступать:

- граждане РФ, члены семьи, другие лица, совместно ведущие хозяйство;
- юридические лица;
- общественные объединения (организации);
- иностранные юридические лица и различные иностранные организации (с учетом действующего законодательства);
- трудовые коллективы государственных и муниципальных предприятий.

Учредительные документы фирмы

Состав учредительных документов определяется видом организационно-правовой формы выбранной студентами для своего предприятия. Как правило, основными учредительными документами являются устав и учредительный договор.

Процесс регистрации фирмы

Процесс регистрации зависит от вида предпринимательства (индивидуальный предприниматель или юридическое лицо) и территориальных требований местных органов самоуправления. Для адекватного определения правил регистрации необходимо посетить соответствующие органы и выяснить их требования к регистрации.

Задание 1

Какие документы необходимо представить для государственной регистрации предприятия?

1. Бизнес-план первого года деятельности.

2. Справку Минюста РФ.
3. Заявление о регистрации.
4. Устав.
5. Справку из налоговой инспекции о доходах учредителей.
6. Договор учредителей.
7. Документ, подтверждающий оплату не менее 50 % уставного капитала.
8. Документ, подтверждающий оплату уставного капитала в размере 150-кратной минимальной оплаты труда в месяц.
9. Свидетельство об уплате государственной пошлины.

Задание 2

Для государственной регистрации (без образования юридического лица) предприниматель собрал следующие документы:

- 1) справку из налоговой инспекции о доходах за отчетный год;
- 2) заявление о регистрации;
- 3) устав;
- 4) документ об уплате регистрационного сбора;
- 5) бизнес-план;
- 6) обоснование размера требуемого уставного капитала.

Какие документы действительно понадобятся предпринимателю для государственной регистрации?

Задание 3

Какие сведения из перечисленных должен содержать договор учредителей:

- 1) сведения о наименовании и юридическом статусе учредителей;
- 2) состав семей учредителей и их паспортные данные;
- 3) сведения о местонахождении учредителей;
- 4) сведения о государственной регистрации (для юридических лиц) и

паспортные данные (для физических лиц);

- 5) размер доходов учредителей;
- 6) величина уставного капитала;
- 7) данные государственного реестра предприятия;
- 8) заявление о регистрации предприятия.

Задание 4

Деловая игра «Создание фирмы»

Деловая игра предусматривает имитацию процесса создания новой организации и формирование необходимого пакета документов включающего:

1. Решение об учреждении общества.
2. Протокол общего собрания общества.
3. Краткая характеристика предприятия, назначение, миссия, виды деятельности.
4. Штатное расписание.
5. Организационную структуру организации.
6. Учредительный договор общества.
7. Устав общества.
8. Заказ-наряд для оборудования
9. Договор купли-продажи оборудования

Условия игры

1. Создать общество (ПАО, АО, ООО и др.).
2. Количество участников в группе около 5 человек.
3. Самостоятельно избираются учредители, совет директоров, директор, секретарь, акционеры, ревизионная комиссия или ревизор и работники организации.
4. Вид и величина вклада (вид и количество акций) определяются каждым участником самостоятельно.

Порядок игры

1. На общем собрании участников выбирается и утверждается вид открываемого бизнеса и название фирмы.
2. Определяется состав учредителей, величина и вид их вклада в уставной капитал.
3. Заключается учредительный договор между учредителями.
4. На общем собрании избирается совет директоров (наблюдательный совет).
5. Заседанием образованного совета директоров избирается директор или дирекция.
6. Составляется штатное расписание организации.
7. Разрабатывается организационная структура организации с указанием отделов и подразделений и связей между ними.
8. Определяется количество акций и их стоимость (для АО).
9. Составляется реестр акционеров (с указанием акционера, вида и стоимости принадлежащих ему акций) (для АО).
10. Утверждается устав организации.
11. Избирается ревизор или ревизионная комиссия.
12. В заключении игры все разработанные и зафиксированные документы предоставляются преподавателю в письменном виде, в форме отчета на листах формата А4, а участники докладывают о результатах работы и своих функциях, правах и обязанностях согласно занимаемым должностям.

Вопросы к практическому занятию:

1. Назовите и охарактеризуйте документы на учреждение предпринимательской фирмы.
2. Назовите и охарактеризуйте разделы учредительного договора фирмы.
3. Что должен включать устав фирмы.

4. Охарактеризуйте учредителей и участников предпринимательской деятельности.

Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 11

Организация бизнеса.

Коммерческие сделки

Цель : закрепить знания о порядке создания предприятия и необходимых для этого документов.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: организационно-правовых форм создания , функционирования, реорганизации и ликвидации предпринимательской фирмы; экономических законов поведения организаций в бизнес-среде, основных бизнес-процессов в организации, системе бизнеса;

уметь: экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.

Владеть: навыками формирования документов по созданию фирмы

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции:
ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Деятельность предпринимательских организаций в любых отраслях экономики опосредуется совершением сделок, заключением с хозяйствующими партнерами договоров и исполнением их сторонами. Порядок совершения сделок, заключения и исполнения договоров определяется ГК РФ, Арбитражным процессуальным кодексом РФ, постановлениями (разъяснениями) Высшего арбитражного суда РФ и другими законодательными и нормативными актами, регулиющими порядок совершения сделок, их государственную регистрацию, заключение, изменение и расторжение договоров.

Договор купли-продажи включает:

1. Предмет договора.

2. Цена.
3. Сроки и условия поставки.
4. Качество.
5. Условия платежа.
6. Общие положения.
7. Юридические адреса сторон.

Договор аренды помещения должен включать в себя следующие элементы:

1. Предмет договора.
2. Обязанности арендатора.
3. Обязанности и права арендодателя.
4. Порядок расчетов.
5. Пролонгация и расторжение договора.
6. Юридические адреса сторон.

Договор найма оборудования включает в себя следующие элементы:

1. Предмет договора.
2. Права и обязанности сторон.
3. Расчеты.
4. Срок действия договора.
5. Прочие условия.
6. Юридические адреса сторон.

Задание 1

Деловая игра «Коммерческие сделки»

Цель – игры состоит в приобретении будущими специалистами навыков и практического опыта заполнения гражданско-правовых актов и договоров бизнеса и формировании следующих документов:

1. Заказ -наряд на поставку продукции
2. Договора купли-продажи

3. Договора аренды

4. Договора банковского кредита

Порядок игры

1. В начале деловой игры учебная группа разбивается на рабочие подгруппы по 2-3 человека, каждая из которых представляет собой творческий коллектив по реализации поставленной задачи в данной деловой игре (Фабрика детской одежды "ОРИОН", ООО "Фирма "ШВЕЙМАШ", банк, складское предприятие).

3. В каждой группе выбирается руководитель, который обобщает мнения членов своей подгруппы относительно принимаемых ими решений, координирует ход проведения игры своей подгруппы и в заключение обобщает итоговые результаты игры.

4. Исходной предпосылкой при заключении договора на поставку продукции является наличие существенных условий договора, представленных в условиях деловой игры.

5. Проведение деловой игры в рабочих подгруппах предполагает заключение договоров (используя типовые формы) и гражданско-правовых актов на поставку продукции, соблюдение последовательности и формы заключения договора:

5.1 Фабрика детской одежды "ОРИОН" формирует заказ-наряд и направляет поставщику .

5.2 ООО "Фирма "ШВЕЙМАШ" составляет проект договора и согласует с покупателем.

5.3 Банк формирует договор банковского кредита и согласует с заемщиком.

5.4 Складское предприятие составляет договор аренды с арендатором.

Условия игры

Фабрика детской одежды "ОРИОН" решило заключить договор с ООО "Фирма "ШВЕЙМАШ" на поставку швейного оборудования на сумму 1 000 тыс. рублей. Сторонам предстоит обсудить вопросы об ассортименте товаров и сроках поставки, форме и сроках расчетов, способах обеспечения исполнения обязательств и другие условия договора. Для осуществления сделки "ОРИОН" не хватает складских помещений площадью 50 м²., которые планируются взять в аренду и денежных средств на сумму 300 тыс.руб.

Задание 1

Составьте заказ-наряд на поставку оборудования (имущества) для вашей создаваемой фирмы

Задание 2

Составьте договор купли-продажи имущества для вашей создаваемой фирмы

Вопросы к практическому занятию:

1. Какие вы знаете виды сделок?
2. Раскройте сущность сделок и договоров.
3. Какие вы знаете виды предпринимательских договоров?
4. Дайте характеристику договоров по предмету соглашения сторон.
5. Дайте характеристику договоров купли-продажи, поставки, аренды, подряда, займа, страхования, кредитного договора.

Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 12

Коммерческая деятельность фирмы.

Реорганизация и ликвидация фирмы

Цель : закрепить знания о порядке ликвидации и реорганизации предприятия и необходимых для этого документов.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: организационно-правовых форм создания , функционирования, реорганизации и ликвидации предпринимательской фирмы; экономических законов поведения организаций в бизнес-среде, основных бизнес-процессов в организации, системе бизнеса;

уметь: экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.

Владеть: способами реорганизации и ликвидации фирмы.

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции:
ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Предпринимательская организация как юридическое лицо создается, как правило, на неопределенный срок, о чем указывается в учредительных документах. В соответствии с гражданским кодексом организация может прекратить свою деятельность на добровольных основаниях или по решению суда. Прекращение деятельности предпринимательской организации осуществляется путем ее реорганизации или ликвидации. Расчет ликвидационной стоимости объектов, согласно рекомендациям ЮНИДО, может осуществляться следующим способом (таблица 18).

Таблица 18 - Поток реальных денег при ликвидации объекта

№ п/п	Наименование	Земля	Здания	Машины, оборудование	Всего
1	Рыночная стоимость				
2	Балансовая стоимость				
3	Начислено амортизации				
4	Остаточная стоимость (стр.4=2-3)				
5	Затраты по ликвидации				
6	Доход от прироста стоимости капитала (стр.6=1-4)				
7	Операционный доход (убытки) (стр.7=1-4-5)				
8	Налоги (от 6 и 7)				
9	Чистая ликвидационная стоимость (стр.9=1-8)				

Задание 1

Какие из определений, приведенных ниже, соответствуют понятиям «ликвидация» и «реорганизация»:

а) изменение юридического лица, при котором все права и обязанности или их часть переходят к другому образованному юридическому лицу;

б) прекращение деятельности юридического лица без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам;

в) прекращение деятельности юридического лица с переходом прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам;

г) изменение юридического лица, при котором только часть прав и обязанностей переходят к другому образованному лицу;

д) изменение юридического лица, при котором только все права и обязанности переходят к другому образованному лицу.

Задание 2

Укажите, какие формы реорганизации описаны ниже:

а) в результате соединения фирм ООО «Альфа» и ООО «Айрис» образовалась новая организация ООО «Бета»;

б) фирма ООО «Альфа» передала все права и обязанности ООО «Айрис» и ликвидировались;

в) от ООО «Альфа» отделилось две фирмы с частью прав, обязанностей и имущества;

г) от ООО «Альфа» отделилось две фирмы с передачей им всех ее прав и обязанностей.

Задание 3

Укажите очередность кредиторов, требования которых удовлетворяются при ликвидации юридического лица.

Задание 4

Назовите и охарактеризуйте процедуры банкротства организации.

Задание 5

Определите ликвидационную стоимость оборудования после 5 лет его эксплуатации, если первоначальная балансовая стоимость составляет – 250 тыс. руб., рыночная стоимость на момент ликвидации – 100 тыс. руб., нормативный срок службы 7 лет, затраты на ликвидацию равны 1% от рыночной стоимости.

Вопросы к практическому занятию:

1. Что такое реорганизация предпринимательской организации?
2. Назовите формы реорганизации юридического лица.
3. Опишите порядок ликвидации фирм.
4. Дайте определение понятию «банкротство».

Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 13

Реорганизация и ликвидация фирм. Инфраструктура бизнеса

Цель : закрепить знания о видах предпринимательских идей и выработать навыки формирования своей бизнес-идеи.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: сущности предпринимательства, его объектов, субъектов и особенностей;

уметь: находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею , обосновать ее реальность , целесообразность, инновационность,

владеть : навыками обоснования бизнес-идеи

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции:

ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Условия развития предпринимательства определяются многими факторами: стабильностью государственной экономической и социальной политики, долгосрочной стабильностью налоговых ставок, соблюдением антимонопольного законодательства, льготным налоговым режимом, развитой инфраструктурой поддержки предпринимательства, формированием центров активности предпринимателей .

Задание 1.

Кейс «Внешняя среда компании «Топ-игрушка»

Московская компания «ТОП-Игрушка» (созданная в организационно-правовой форме общества с ограниченной ответственностью) основана в 2011 году и занимается производством детских научно-познавательных наборов для творчества и экспериментов. По состоянию на январь 2017 года «ТОП-Игрушка» выпускает 112 артикулов продукции (SKU — Stock Keeping Unit), объединенных в 9 тематических линеек. В каждую линейку продукции входит от 5 до 20 SKU.

Таблица 3 – Линейки продукции компании «Топ-игрушка

№	Наименование линейки продукции	Кол-во SKU в линейке продукции	Возраст, для которого предназначена линейка продукции	Выпуск продукции за год (шт.)
1	Юный мыловар	5	от 5 лет	24 500
2	Юный парфюмер	12	от 8 лет	82 200
3	Волшебные кристаллы	11	от 5 лет	114 000
4	Юный химик	20	от 8 лет	212 000
5	Детская маникюрная студия	12	от 5 лет	62 350
6	День SPA	10	от 8 лет	34 700
7	Свечная мастерская	8	от 8 лет	13 450
8	Деревянный конструктор	15	от 3 лет	48 600
9	Керамический конструктор	19	от 3 лет	74 100
10	Юный физик	15	от 8 лет	-

Накопленная компанией статистика показывает, что основной объем продаж игрушек ежегодно приходится на сезон с сентября по март, поэтому компания приняла решение разработать и запустить в производство новую линейку продукции под общим названием «Юный физик» к концу августа 2017 года. В линейку должны будут войти не менее 15 SKU. Каждый набор состоит из реактивов, лабораторного оборудования и подробной инструкции для проведения опытов из различных разделов физики. Наборы будут интересны детям в возрасте от 5 до 14 лет и их родителям.

Компания «ТОП-Игрушка» реализует свою продукцию через традиционные каналы дистрибуции:

- специализированные детские сетевые магазины («Детский мир»,
- «Кораблик», «Дочки&Сыночки» и пр.);
- крупные гипермаркеты, в которых есть отдел игрушек («Ашан»,
- «Магнит», «Гиперглобус» и пр.);
- оптовые компании в регионах России;
- частные розничные магазины;
- крупные интернет-магазины («Озон», «Юлмарт»).

С момента своего создания компания «ТОП-Игрушка» ориентировалась на средний ценовой сегмент и выше. Кризисные явления в экономике и сокращение реальных доходов населения, наблюдаемые с 2014 года, вынудили компанию сфокусировать больше внимания на разработке небольших и недорогих научно-познавательных наборов. Для достижения цели создания наборов в ценовом сегменте ниже среднего было принято решение о сокращении содержательной составляющей игрушек, а также замене некоторых дорогих материалов на более доступные (например, пластик на картон, дерево на фанеру и т.д.). При этом без изменений оставалось высокое качество упаковки, потому что исследования компании показывали, что покупатели при выборе научно-познавательных наборов наиболее часто отдают предпочтение более красочным, не вникая в суть содержимого набора.

Оборот компании за 2016 год составил 138 млн руб. (с НДС).

Производственная площадка ООО «ТОП-Игрушка» расположена в Московской области. Весь процесс производства продукции делится на 2 больших блока: производство полуфабрикатов (разливка жидких реактивов по флаконам, рассыпка сухих смесей по баночкам, вакуумная формовка

ложементов из полистирольной пленки и пр.) и сборка готовых наборов. Производство полуфабрикатов происходит на автоматических или полуавтоматических линиях, сборка готовой продукции — полностью ручная. Численность производственного персонала составляет от 25 до 48 человек в зависимости от сезона (и, как следствие, уровня продаж).

Из-за сложной экономической ситуации в стране компания «ТОП-Игрушка» решила провести исследование внешней среды перед запуском проекта «Юный физик». Бизнес-аналитик Семен Петров по заданию руководства подготовил список факторов воздействия внешней среды, способных оказать влияние как на деятельность компании в целом, так и на реализацию проекта «Юный физик» в частности. Список состоит из 11 пунктов:

1. Изменение курса рубля по отношению к доллару и евро из-за колебания цены на нефть.
2. Реализация планов правительства по увеличению ставки НДС.
3. Ужесточение политики в области сертификации научно-познавательных наборов, приведение требований ГОСТа ЕАЭС к требованиям ЕС.
4. Тенденция к увеличению возрастной группы населения от 5 до 14 лет в среднесрочной перспективе.
5. Массовое банкротство специализированных сетевых магазинов, наблюдающееся с 2014 года.
6. Уменьшение ассортимента комплектующих, используемых для производства наборов, связанное с сокращением числа поставщиков.
7. Активизация российских производителей аналогичной продукции, связанная с политикой импортозамещения.
8. Возможное изменение объема преподавания курса физики в средней школе в сторону сокращения.
9. Ожидаемый рост уровня безработицы в среднесрочной перспективе.
10. Рост популярности среди целевой аудитории видеоблогов, в которых происходит тестирование продукции.

11. Возможное сокращение обязательств юридических лиц по выплатам в Пенсионный фонд, Фонд обязательного медицинского страхования и Фонд социального страхования за своих работников.

Вопросы к кейсу:

1. Какие из перечисленных бизнес-аналитиком компании «ТОП-Игрушка» Семеном Петровым факторов воздействия внешней среды можно отнести к факторам прямого воздействия, а какие — к факторам косвенного воздействия?
2. Какие из перечисленных факторов будут влиять на компанию в целом, а какие только на проект «Юный физик»?
3. Какие из факторов окажут положительное влияние на деятельность компании, а какие — отрицательное?
4. Укажите те факторы, о которых, по вашему мнению, нельзя однозначно сказать, каким образом (положительным или отрицательным) они отразятся на деятельности компании.

Задание 2.

Деловая игра «Бизнес-среда организации»

В группах по 2-4 человек выполнить следующие задания.

1. Выбрать вид конкретной предпринимательской деятельности
2. Определить стратегии страны, регионов и отраслей в рамках, которых действует ваше предприятие и планирует развиваться
3. Опишите внешнюю бизнес-среду организации, с какими элементами инфраструктуры она взаимодействует.
4. Охарактеризовать влияние органов государственной власти и местного самоуправления на деятельность вашего предприятия.

Задание 3. Составьте доклад на 3 мин по проблеме управления бизнесом и инновациями (примерная тематика докладов приведена в методических указаниях к самостоятельной работе).

Вопросы к практическому занятию:

1. Потребители, поставщики, конкуренты, контактные аудитории как прямые факторы внешней среды.
2. Косвенные факторы и их опосредованное влияние на деятельность предприятия
3. Внутренняя среда организации бизнеса.
4. Какие меры государственной поддержки малого бизнеса в России?
5. Какие органы осуществляют государственную поддержку и регулирование малого бизнеса?

Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 14

Инфраструктура бизнеса. Бизнес будущего

Цель : закрепить знания о видах предпринимательских идей и выработать навыки формирования свой бизнес-идеи.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: сущности предпринимательства, его объектов, субъектов и особенностей;

уметь: находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею , обосновать ее реальность , целесообразность, инновационность,

владеть : навыками обоснования бизнес-идеи

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции:

ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Успеха в бизнесе все чаще добиваются компании, чей продукт еще вчера казался экзотикой. Электромобили и беспилотные такси, криптовалюты и токены, цифровые двойники, роботы и космические путешествия. Мы

слышим о них каждый день, но как предпринимателю понять, где произойдет следующий прорыв? Что станет точкой роста на ближайшие 10–15, 100 лет и какое направление ждет инвестиционный бум?

Задание 1.

Кейс «Национальная инновационная система Финляндии»

Финляндия стала первой страной, принявшей концепцию национальной инновационной системы как основного элемента политики в сфере науки и технологий. Вас, как эксперта одного из российских институтов развития, попросили изучить особенности национальной инновационной системы этой страны и подготовить через 2 недели небольшой доклад о том, какие элементы финской НИС могут быть использованы при построении и совершенствовании национальной инновационной системы в России. Вы собрали довольно много информации, обобщая которую можно сделать несколько выводов.

Ключевую роль в НИС Финляндии играют Академия наук Финляндии, Национальное агентство по технологиям и инновациям Финляндии (TEKES), государственные и частные исследовательские организации, агентства трансфера технологий и поставщики капитала.

TEKES — агентство, подведомственное Министерству торговли и промышленности Финляндии, поддерживает малые инновационные компании грантами и беспроцентными инвестиционными кредитами, финансирует проекты в области прикладной науки исследовательских институтов и университетов, а также координирует международное сотрудничество в сфере науки и технологий.

Совокупные расходы государственных исследовательских организаций составляют 30% от общих национальных расходов на научные исследования. Расходы частного сектора составляют 2% от ВВП, но постоянно увеличиваются. В Финляндии существуют крепкие связи между научно-

исследовательскими программами бизнеса, университетов и исследовательских институтов.

В Финляндии существует крупная сеть частных и государственных поставщиков капитала для инновационных проектов. Либерализация финансового рынка привела к появлению энергичного венчурного капитала, и теперь треть всех прямых инвестиций в Финляндии направляется в информационно-коммуникационные технологии. Крупный государственный фонд SITRA обеспечивает капиталом стартапы, всегда в качестве миноритарного инвестора, а также сводит малые инновационные компании с бизнес-ангелами. SITRA предоставляет финансирование для исследовательских проектов в существующих малых и крупных компаниях, участвует в финансировании зарубежных венчурных фондов. Государственный инновационный фонд SITRA проводит экспертизу инновационных проектов, предоставляя полученные данные венчурным фондам, а также организует обучающие программы.

Фундаментальные исследования финансируются Академией наук Финляндии и университетами. Прикладные исследования — центрами трансфера технологий, министерствами, VTT и TEKES. TEKES выступает в роли посевного инвестора, распределяя основные бюджетные средства, выделяемые на прикладные исследования. Развитие бизнеса, маркетинг, интернализацию инноваций финансируют бизнес-ангелы и венчурные инвесторы. Инвестиции в инновационные проекты, как правило, совершаются совместно несколькими институтами, главным инвестором выступают университеты.

В соответствии с правительственной программой в дальнейшем финансирование возрастет по линии Академии Финляндии: инвестиции будут сфокусированы на стратегических центрах науки, технологии и инноваций, имеющих ключевое значение для развития финского общества, бизнеса и промышленности, а именно в сфере энергетики и защиты окружающей среды; металлопродукции и машиностроения; лесной отрасли; здравоохранения;

информационной и коммуникационной индустрии. Данные центры призваны обеспечить координацию рассредоточенных исследовательских ресурсов в стране и за рубежом.

Государство играет важную роль в выработке стратегии и подготовке программ, направленных на повышение инновационной активности малого, среднего и крупного бизнеса. Важная особенность финской НИС — это роль Совета по политике в области науки и технологий (STPC), возглавляемого премьер-министром страны. Совет является координирующим органом между министерствами при выработке политики в области науки и технологий, организует площадку для дискуссий между министерствами, промышленностью, инвестиционными фондами, университетами и другими участниками инновационного процесса, разрабатывает единую политику в области инноваций.

Результат государственных программ по поддержке малых и средних инновационных компаний оценивается их влиянием на создание новых рабочих мест, рост экспорта, увеличение товарооборота. Продажи инновационных продуктов генерируют фонды государственных инновационных агентств (SITRA, Industry Investment Ltd.).

В Финляндии сильно развита региональная инновационная система. По всей стране существуют региональные центры инноваций, куда входят университеты, центры трансфера технологий, технопарки, центры экспертизы. Технопарки инициировали появление инкубаторов технологий, бизнес-инкубаторов и развитие проектов spin off. В инкубаторах широко применяется система «отслеживания», которая способствует перетоку знаний из лабораторий в фирмы — «вскармливатели». Переток знаний сопровождается особой системой привилегий: участие в предпринимательских тренингах, гарантии участия в престижных грантах TEKES, возможность финансирования через государственные фонды SITRA, Industry Investment. В Финляндии использованы две модели инкубаторов: исследовательский кластер (Viiki Biocentre), в который входят более 70 исследовательских групп

по микробиологии, и инкубатор для стартапов (Innopolis/Oteniemä), где компании проходят всю цепочку от исследований до коммерциализации технологий. Обе модели работают в структуре университетов, но используют разные принципы работы и связей, с международными и местными компаниями.

Особенностью НИС Финляндии также является создание кластеров промышленных логистических цепочек, построенных на связях между технопарками, фирмами и инвестиционными фондами. С помощью TEKES были выстроены вертикальные кластеры (сети) между крупными компаниями и поставщиками и субконтракторами, в том числе и исследовательскими институтами и университетами. По опросам 40% инновационных компаний сотрудничали с университетами или государственными исследовательскими институтами. Для содействия специализации и позитивным внешним эффектам необходимо способствовать развитию связей, потоков знаний и диффузии технологий внутри кластеров. Для бизнеса подобное сотрудничество весьма выгодно: объединяясь с наукой, он получает поддержку государства в лице агентства TEKES на собственное развитие.

Финскую НИС также отличает высококвалифицированный труд. С начала 1980-х годов крупные компании, в частности Нокia (сейчас Microsoft), совместно с университетами вкладывали средства в образовательные программы и специализированные тренинги, организовывали стажировки студентов. Также мы нашли.

Вопросы к кейсу:

1. В чем состоят особенности национальной инновационной системы Финляндии?
2. Перечислите основные программы, инициированные Финляндией в последние годы, призванные служить улучшению предпринимательской среды этой страны.
3. В чем проявляется новая роль университетов в Финляндии?

4. В чем особенность государственной политики Финляндии по работе с регионами?
5. Как организация TEKES помогает развитию инновационных технологий в стране?
6. В чем особенность бизнес-инкубаторов, создаваемых в Финляндии?
7. Какие субъекты являются основными инвесторами в Финляндии?
8. Сколько инновационных компаний сотрудничали с университетами или государственными исследовательскими институтами.
9. Вспомните и перечислите основные существующие в России элементы НИС. Приведите примеры аналогов финских элементов инновационной инфраструктуры в России, используя данные, приведенные ниже.
10. В кейсе описано развитие кластеров в Финляндии. В России в последние годы реализуются масштабные программы по развитию кластеров. Какие виды кластеров развиваются в России? В чем их отличие от кластеров в Финляндии?

Задание 2.

Укажите основные тренды развития бизнеса в мире и в ближайшие 5-10 лет. Какие реализуются стратегии развития экономики страны, регионов и отраслей в России на современном этапе.

Задание 3.

Составить описание бизнеса будущего в выбранной вами сфере деятельности через 25 лет.

Задание 4.

Составить описание бизнеса будущего в выбранной вами сфере деятельности через 100 лет.

Задание 5. Назовите профессии будущего ближайшего и дальнего.

Вопросы к практическому занятию:

1. Назовите основные тренды развития бизнеса в мире и в ближайшие 5-10 лет.
2. Назовите основные тренды развития бизнеса в мире в будущем на период более 10 лет.
3. Какие реализуются стратегии развития экономики страны , регионов и отраслей в России на современном этапе?
4. Назовите профессии будущего.

Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 15

Инновационная деятельность в бизнесе.

Планирование новых и развитие существующих видов продукции (товаров, работ, услуг) в организации

Цель : уметь определять перспективы развития организации и планировать новые виды ее деятельности .

В результате освоения темы обучающийся должен:

- способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, создание и развитие новых направлений деятельности и организаций

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции:

ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Инновационная направленность экономики – один из факторов выхода из экономического кризиса и обеспечения условий для экономического роста. Создание инноваций для предприятия, это возможность не только создать и удержать рыночные позиции, но и предугадать потребность в инновациях со

стороны потребителя. Формируемая система рыночных отношений в России невозможна без специалистов, обладающих обширными и современными знаниями в области маркетинга и менеджмента, среди многочисленных аспектов которого важное место отводится инновационному менеджменту и маркетингу инноваций.

Научно-технический прогресс сопровождается взаимодополняемыми процессами создания новых изделий, технологий, методов организации производства и управления трудовыми ресурсами, которые могут осуществляться одновременно или с некоторым разрывом во времени.

Внедрение непрерывно появляющихся идей сопряжена с изменением в товарах, услугах, технологиях, методах организации и т.п. Поэтому любое изменение можно рассматривать как проект, а значит, маркетинг инноваций неразрывно связан с проектным управлением. Особый интерес представляет анализ природы потребностей в инновациях, анализ благоприятных условий или блокирующих факторов.

Задание 1 .

Используя материалы конкретной организации СКФО или сайта множества других российских и зарубежных организаций , изучив их планы, стратегии, паспорта инновационного , стратегического, инвестиционного развития в ближайшей и отдаленной перспективе определите планируемые:

- 1) новые виды продукции (товаров, работ, услуг) на предприятии на 5, 10 ,15 и более лет и документы их описывающие;
- 2) модернизированные виды продукции (товары, работы, услуги) на предприятии на 5, 10 , 15 и более лет.

Вопросы к практическому занятию:

1. Назовите основные тренды развития бизнеса выбранной организации в мире и в ближайшие 5-10 лет.

2. Назовите основные тренды развития бизнеса выбранной организации в мире в будущем на период более 10 лет.
3. На основе каких стратегий развития экономики страны , регионов и отраслей в России на современном этапе базируется деятельность выбранной организации.

Литература: [1-6].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 16

Инновационная деятельность в бизнесе.

Организационные и распорядительные документы по созданию фирмы

Цель : закрепить знания о порядке создания предприятия и необходимых для этого документов.

В результате освоения темы обучающийся должен:

знать: организационно-правовых форм создания , функционирования, реорганизации и ликвидации предпринимательской фирмы; экономических законов поведения организаций в бизнес-среде, основных бизнес-процессов в организации, системе бизнеса;

уметь: определять экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, владеть навыками формирования документов по созданию фирмы

В результате освоения темы формируются индикатор компетенции:
ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Теоретическая часть

Организационно-распорядительная документация (ОРД) — это обширный пласт документов, фиксирующих права и обязанности работников и их работодателей, их задачи, цели и функции. Несоблюдение этих требований влечет недействительность организационно-распорядительных документов.

Весь массив организационно-распорядительной документации с некоторой долей условности можно разбить на три группы:

- организационная;
- распорядительная;
- справочно-информационная.

Организационные документы необходимы для регламентирования деятельности организации. Именно с их помощью фиксируются права и обязанности работников и работодателей, закрепляется их взаимная ответственность. Организационная документация — это уставы, штатные расписания, трудовые договоры, правила внутреннего распорядка, многие другие документы, создаваемые внутри компании на основании действующего законодательства.

Распорядительные документы создаются при постановке конкретных задач внутри организации. В эту категорию входят распоряжения, решения, приказы, постановления и другие документы, издаваемые для решения тех или иных практических задач.

Справочно-информационные документы необходимы для информирования работников и работодателей об установленных правилах, произошедших событиях и их обстоятельствах, результатах принятых мер и другом. В эту категорию входят служебные письма, докладные записки, справки, прочие подобные документы.

Ниже приведен перечень распространенных видов организационно-распорядительной документации. В него входят:

- приказы о назначении и увольнении;
- положения о конфиденциальности;
- руководства по информационной безопасности;
- правила замены вычислительной техники;
- должностные инструкции персонала;

- регламенты разграничения доступа к информации;
- описания технологических процессов;
- трудовые договоры и дополнения к ним;
- инструкции по обеспечению охраны помещений;
- объяснительные записки;
- приказы о премировании и депремировании;
- распоряжения о мерах, необходимых для непрерывности бизнес-процессов;
- расписания несения дежурства на объектах.

Это — далеко не исчерпывающий перечень. На практике в организациях, помимо перечисленных, издаются многие другие документы.

Задание 1 .

Используя материалы конкретной организации СКФО или сайта множества других российских и зарубежных организаций изучите их опыт по формированию состава и содержания организационных и распорядительных документов для создания новых предпринимательских структур : Учредительный договор, Устав предприятия, Положение о правлении, Положение о совете директоров, Положение об общем собрании акционеров и д.р. внутренние документы.

Вопросы к практическому занятию:

1. Назовите и охарактеризуйте документы на учреждение выбранной предпринимательской фирмы.
2. Назовите и охарактеризуйте разделы учредительного договора выбранной фирмы.
3. Что включает устав выбранной фирмы.

4. Охарактеризуйте учредителей и участников выбранной предпринимательской деятельности.

Литература: [1-6].

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература:

1. Основы предпринимательства Электронный ресурс / Пашин Д. М., Котенкова С. Н., Мустафин А. Н., Рамазанов А. В. : учеб. пособие. - Казань : КФУ, 2019. - 152 с. - ISBN 978-5-00130-139-4, экземпляров неограничено
2. Гулин, К. А. Основы предпринимательства Электронный ресурс / Гулин К. А., Кремин А. Е. : учебное пособие. - Вологда : ВолНЦ РАН, 2017. - 106 с. - ISBN 978-5-93299-373-6, экземпляров неограничено
3. Каратаева, О.Г. Организация предпринимательской деятельности Электронный ресурс : учебное пособие / О.С. Гаврилова / О.Г. Каратаева. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 111 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-4486-0152-1, экземпляров неограничено
4. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / А.И. Нестеренко, Т.М. Кривошеева, М.В. Гаврилюк, Т.В. Буклей, Л.Ф. Ксенитова ; ред. О. В. Шеменева ; ред. Т. В. Харитоновна. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 294 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01147-4, экземпляров неограничено
5. Скрыбин, О.О. Основы предпринимательства Электронный ресурс : практикум / А.А. Гудилин / О.О. Скрыбин. - Основы предпринимательства, 2019-09-01. - Москва : Издательский Дом МИСиС, 2016.

- 126 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-87623-995-2, экземпляров неограничено

Дополнительная литература:

1. Организация предпринимательской деятельности Электронный ресурс : практикум для студентов, обучающихся по направления подготовки 38.03.01 «экономика» очной и заочной форм обучения. - 2-е изд. - пос. Каравaeво : КГСХА, 2017. - 21 с., экземпляров неограничено

2. Земцова, Л.В. Организация предпринимательской деятельности Электронный ресурс : учебное пособие / Л.В. Земцова. - Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2016. - 131 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., экземпляров неограничено

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО- КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания

по организации самостоятельных работ
по дисциплине «Основы предпринимательства»
для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль) «Маркетинг и рыночная аналитика»

Методические указания разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины «Основы предпринимательства» и содержат задания к самостоятельной работе, порядок их выполнения и методические указания к ним . Предназначены для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (направленность (профиль) «Маркетинг и рыночная аналитика»)

Составитель:

д.э.н., профессор Максименко Л.С.

Рецензент:

к.э.н., доцент, Шацкая Е.Ю.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1. Общая характеристика самостоятельной работы	5
2. План – график выполнения самостоятельной работы	8
3. Методические указания по изучению теоретического материала	10
5. Методические указания по подготовке к практическим занятиям	
6. Методические указания к написанию контрольной работы	12
7. Методические указания к подготовке доклада	
Список рекомендуемой литературы	19

ВВЕДЕНИЕ

Предпринимательство — многогранный вид экономической деятельности, распространяющейся на все отрасли хозяйства и на все сферы экономики. Оно в разных отраслях обладает существенными различиями по форме и особенно по содержанию операций и по способам их осуществления. Предпринимательство — это свободное хозяйствование в различных отраслях деятельности (конечно, кроме запрещенных законом), осуществляемое в целях удовлетворения потребностей в продукции, работах, услугах и получения прибыли. В основе предпринимательства лежат самостоятельность, самоуправление, высокая мотивация труда, инициативность, высокий планируемый риск.

Предприниматель несет ответственность за успех или неудачу предприятия. Он решает, производство каких продуктов следует в перспективе прекратить, какие продукты выпускать на рынок; он решает вопросы, связанные с инвестициями, освоением новых рынков сбыта и источников поставок. Он должен «думать наперед», обладать особым чутьем, позволяющим ему распознавать тенденции и возможные направления развития, в равной степени предугадывать возможный риск и возможные шансы на успех и на этой основе принимать необходимые для развития своего предприятия решения. Все это теряет смысл без комплексного анализа внутренней и внешней среды, оценки конкурентоспособности продукции и предприятия в целом, без признания понятия собственности, материальной, или интеллектуальной, т. е. без права владеть и распоряжаться ими по своему усмотрению.

Предпринимательство характеризуется особым способом осуществления в зависимости от вида деятельности и технологии. Ему присущи определенный порядок осуществления процедур, их направленность, временная последовательность, взаимная связь. Предпринимательство аккумулирует в себе черты любой деятельности, придавая им особое качество.

Цель выполнения практических занятий по данной дисциплине – закрепление знаний, приобретенных студентами в процессе изучения теоретического курса по основам предпринимательства.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Цель освоения дисциплины «Основы предпринимательской деятельности» заключается в формировании у студентов набора профессиональных компетенций по направлению 38.03.02 Менеджмент и сформировать объем теоретических и практических знаний о области бизнеса и развить практические навыки по использованию полученных знаний.

Задачами дисциплины является изучение:

- овладение знаниями и умениями в области ;
- формирование практических навыков ведения ;
- повышение ;
- развитие и совершенствование ;
- воспитание этической культуры и привитие деловых качеств.

В результате освоения данной дисциплины формируется следующий индикатор компетенции у обучающегося:

ИД-1 ОПК-4 . Выявляет и оценивает новые рыночные возможности для инновационного развития организации и бизнеса в условиях глобальной конкуренции.

Планируемые результаты обучения по дисциплине :

на основе знаний сущности предпринимательства, его объектов, субъектов и особенностей; организационно-правовых форм создания , функционирования, реорганизации и ликвидации предпринимательской фирмы; экономических законов поведения организаций в бизнес-среде, основных бизнес-процессов в организации, системе бизнеса, иметь представление о различных структурах рынков, в том числе рынках труда, типах и, видах конкуренции; правил

заключения коммерческих сделок; основных элементов бизнес-плана умеет находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею, обосновать ее реальность, целесообразность, инновационность, анализировать бизнес-среду организации и проводить анализ конкурентоспособности предприятия и его продукта, оценивать правовые, экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию.

2. ПЛАН – ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Виды и содержание самостоятельной работы студента и формы контроля

Технологическая карта самостоятельной работы студента

Код реализуемой компетенции	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки
ОПК-4	Подготовка к лекциям	конспект лекций	Собеседование
ОПК-4	Подготовка к практическому занятию	ответы в письменном виде	собеседование по практической работе
ОПК-4	Самостоятельное изучение литературы	конспект	собеседование по вопросам к собеседованию
ОПК-4	Подготовка доклада	доклад	доклад
ОПК-4	Выполнение контрольной работы	Контрольная работа	защита
ОПК-4	Самотестирование, подготовка к тестированию	тестирование	тестовое задание

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

При изучении дисциплины «Основы предпринимательства» предусмотрено изучение теоретического материала из курса лекций и других рекомендуемых источников при подготовке к лекциям, практическим занятиям, самостоятельному изучению литературы. Форма контроля данного вида СРС: собеседование.

Вопросы для проведения собеседования:

Вопросы для собеседования по темам

Тема 1 Бизнес и его среда (ОПК-4)

1. Сущность предпринимательства.
2. Классификация предпринимательства.
3. Типы и виды предпринимательства.
4. Предпринимательская среда.

Тема 2 Объекты и субъекты предпринимательства (ОПК-4)

1. Объекты предпринимательства.
2. Бизнес-идея.
3. Субъекты предпринимательства.
4. Юридические и физические лица.
5. Основные черты предпринимателя.

Тема 3 Конкуренция в предпринимательстве (ОПК-4)

1. Механизм в конкуренции.
2. Конкурентоспособность товара.
3. Конкурентная среда рынка.

Тема 4 Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности: коммерческие организации (ОПК-4)

1. Виды организационно-правовых форм предпринимательской деятельности
2. Коммерческие корпоративные организации
3. Государственные и муниципальные унитарные предприятия

Тема 5. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности: некоммерческие организации (ОПК-4)

1. Некоммерческие корпоративные организации
2. Некоммерческие унитарные организации

Тема 6. Организационно-экономические формы предпринимательской деятельности (ОПК-4)

1. Виды организационно-экономических форм предпринимательской деятельности
2. Картель
3. Консорциум
4. Синдикат
5. Трест
6. Финансово-промышленные группы
7. Холдинг
8. Концерн
9. Малое предпринимательство

Тема 7. Бизнес-план фирмы (ОПК-4)

1. Понятие бизнес-плана, его цели, задачи.
2. Назначение и виды бизнес-плана
3. Структура и содержание бизнес-плана

Тема 8. Организация бизнеса (ОПК-4)

1. Этапы создания предпринимательской фирмы.
2. Учредительные документы предпринимательской фирмы.
3. Государственная регистрация предпринимательской фирмы

Тема 9. Коммерческая деятельность фирмы (ОПК-4)

1. Понятие и виды коммерческих сделок.
2. Технология заключения коммерческих сделок.
3. Виды договоров.
4. Изменение и расторжение договоров.

Тема 10. Реорганизация и ликвидация фирмы (ОПК-4)

2. Реорганизация предпринимательской организации.
3. Порядок ликвидации фирм.

4. Банкротство.

Тема 11. Инфраструктура бизнеса (ОПК-4)

1. Сущность и основные элементы инфраструктуры бизнеса.
2. Посредническое предпринимательство: агентирование, оптовое, купечество, торговое представительство, коммивояжерство, аукционерство, биржевое предпринимательство, фьючерсы, риэлторство.

Тема 12: Инновационная деятельность в бизнесе (ОПК-4)

1. Основные понятия инновационной деятельности
2. Классификация инноваций
3. Структура инновационного процесса
4. Современные организационные формы инновационной деятельности

Вопросы для собеседования (ОПК-4)

1. Сущность предпринимательства.
2. Классификация предпринимательства.
3. Типы и виды предпринимательства.
4. Предпринимательская среда.
5. Объекты предпринимательства.
6. Субъекты предпринимательства.
7. Бизнес-идея фирмы.
8. Юридические и физические лица.
9. Основные черты предпринимателя .
10. Механизм в конкуренции.
11. Конкурентоспособность товара.
12. Конкурентная среда рынка.
13. Виды организационно-правовых форм предпринимательской деятельности
14. Коммерческие корпоративные организации
15. Государственные и муниципальные унитарные предприятия
16. Некоммерческие корпоративные организации
17. Некоммерческие унитарные организации
18. Виды организационно-экономических форм предпринимательской деятельности
19. Картель
20. Консорциум

- 21.Синдикат
- 22.Трест
- 23.Финансово-промышленные группы
- 24.Холдинг
- 25.Концерн
- 26.Малое предпринимательство
- 27.Понятие бизнес-плана, его цели, задачи.
- 28.Назначение и виды бизнес- плана.
- 29.Структура бизнес-плана.
30. Этапы создания предпринимательской фирмы.
31. Учредительные документы предпринимательской фирмы.
- 32.Государственная регистрация предпринимательской фирмы.
33. Понятие и виды коммерческих сделок.
- 34.Технология заключения коммерческих сделок.
- 35.Виды договоров. Изменение и расторжение договоров.
36. Понятие и виды коммерческих сделок.
- 37.Технология заключения коммерческих сделок.
38. Виды договоров.
- 39.Изменение и расторжение договоров.
40. Реорганизация предпринимательской организации.
41. Порядок ликвидации фирм.
42. Банкротство.
- 43.Сущность и основные элементы инфраструктуры бизнеса.
- 44.Посредническое предпринимательство: агентирование, оптовое, купечество, торговое представительство, коммивояжерство, аукционерство, биржевое предпринимательство, фьючерсы, риэлторство.
- 45.Основные понятия инновационной деятельности
- 46.Классификация инноваций
- 47.Структура инновационного процесса
- 48.Современные организационные формы инновационной деятельности

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Для подготовки к практическим занятиям необходимо использовать Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине

«Основы предпринимательства» для студентов направления 38.03.02 Менеджмент, 2023-[Электронная версия].

Решенные задания в письменном виде предоставляются преподавателю на проверку и подлежат защите при собеседовании. Отдельные практические задания включены в ФОСы.

Практические работы № 1,3,5-16 выполняются студентами заочной формы обучения самостоятельно.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ

Контрольная работа «Обоснование бизнес-идеи» выполняется студентами в рамках самостоятельной работы по дисциплине. Работа осуществляется индивидуально по теме из перечня, рекомендуемого в методических указаниях, или по любой другой, сформулированной самостоятельно и согласованной с преподавателем.

Контрольная работа включает два основных элемента:

- 1) разработку бизнес-идеи;
- 2) наглядные материалы для презентации.

Разработка бизнес-идеи состоит из описания содержания бизнес-идеи по следующей структуре.

1. Характеристика предприятия:

- название организации и ее юридический и почтовый адреса;
- организационно-правовая форма;
- миссия, назначение предприятия;
- сведения об уставном капитале и учредителях (величина уставного капитала, количество учредителей, их фамилии, имена, отчества, образование, стаж работы, доли вкладов учредителей и виды вкладов);

- персонал предприятия, его качественный и количественный состав, наименование должности, требуемое образование, стаж работы и т. д.

2. Основные виды изготавливаемой продукции или предоставляемых услуг:

- основные ассортиментные группы (направления);
- состав выделенных ассортиментных групп.

3. Описание преимуществ продукции (услуг):

- основные преимущества продукции (услуг) по сравнению с аналогами;
- оценка конкурентных преимуществ по техническим, качественным характеристикам, сроку службы, дизайну, многовариантности использования, заменяемости престижности, цене, уровню послепродажного обслуживания и другим признакам.

4. Оценка конкурентов и потребителей:

- список основных конкурентов и занимаемые ими доли на рынке;
- преимущества Вашего предприятия в сопоставлении с конкурентами;
- сегменты потребителей, их структура и характеристики.

5. Основные планируемые показатели:

- объемы производства в натуральных измерениях (количество товаров, услуг, посадочных мест, обслуживаемых клиентов);
- объемы требуемых инвестиций и их состав;
- предполагаемые цены и возможные доходы.

Данные показатели определяются на ближайшие 3 – 5 лет и могут представляться в табличном виде.

Таблица 1 – Основные планируемые показатели

Наименование показателя	Значение показателя по годам		
	1-й год	2-й год	3-й год
1. Объем производства продукции			

(услуг), всего, ед. в том числе - - -			
2. Сумма инвестиционных затрат, всего, тыс. руб. в том числе - - -			
3. Доходы, всего, тыс. руб. в том числе - - -			

Наглядные материалы для презентации включают графическое представление бизнес-идеи в виде иллюстраций (формата А4), плакатов, слайдов, содержащие схемы, графики, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, макеты и т. д.

Наглядные материалы должны отражать основные моменты разрабатываемой бизнес-идеи и быть в следующем составе.

1. Эмблема предприятия.
2. Характеристика предприятия.
3. Рекламный проспект.
4. Основные виды продукции (услуг).
5. Преимущества продукции (услуг).
6. Анализ конкурентов.
7. Характеристика потребителей и их структура.
8. Основные планируемые показатели.

СПИСОК ПРИМЕРНЫХ ТЕМ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

1. Обоснование бизнес-идеи создания фитнес-центра «Центрион».

2. Обоснование бизнес-идеи создания строительной фирмы ООО «СтавЕвроСтрой».
3. Обоснование бизнес-идеи создания ресторана французской кухни «Огни Парижа».
4. Обоснование бизнес-идеи производства самолетов-амфибий для частного пользования на НПО «Аэрогидромашина».
5. Обоснование бизнес-идеи создания салона красоты «Стиль».
6. Обоснование бизнес-идеи по предоставлению аэрографических услуг на ООО «СД-Моторс».
7. Обоснование бизнес-идеи создания керлинг-клуба «Домен».
8. Обоснование бизнес-идеи создания конного клуба «Скакун».
9. Обоснование бизнес-идеи созданию организации безопасного досуга для детей «Город детства».
10. Обоснование бизнес-идеи создания детского центра здоровья и красоты «Апельсин».
11. Обоснование бизнес-идеи создания кондитерского цеха «Сладкоежка».
12. Обоснование бизнес-идеи создания точки моуддинга компьютеров «Эниа».
13. Обоснование бизнес-идеи разведения страусов на «Страус-Ко».
14. Обоснование бизнес-идеи создания кинотеатра «Зенит».
15. Обоснование бизнес-идеи создания фирмы фотоуслуг «Смайл».
16. Обоснование бизнес-идеи изготовления и дизайна вещей в стиле D.I.Y. и Hand-Made в ООО «Остров ».
17. Обоснование бизнес-идеи нанесения изображений на любые поверхности методом шелкографии, термобумаги, термопленки».
18. Обоснование бизнес-идеи создания компьютерного клуба «Флеш».
19. Обоснование бизнес-идеи открытия наливной парфюмерии «Рефан».
20. Обоснование бизнес-идеи создания арт-клуба джазовой музыки «Дом Джаза».

21. Обоснование бизнес-идеи создания организации «Спринт-принт» по оказанию широкого набора компьютерных услуг.
22. Обоснование бизнес-идеи создания балетной школы студии «Полет в танце» для детей.
23. Обоснование бизнес-идеи создания туристического агентства ЗАО «Тур».
24. Обоснование бизнес-идеи создания цеха по ремонту трансформаторов.
25. Обоснование бизнес-идеи создания свадебного салона моды «Невеста».
26. Обоснование бизнес-идеи создания ООО «Окна РОСТА» по разработке Web-сайтов для организаций.
27. Обоснование бизнес-идеи создания дизайнерской компании ООО «Адрил».
28. Обоснование бизнес-идеи создания ООО «АвтоЛюкс» по предоставлению проката автомобилей и таксомоторных услуг.
29. Обоснование бизнес-идеи создания производства средств для укладки волос.
30. Обоснование бизнес-идеи организации производства литых дисков на ООО «Автодиск».
31. Обоснование бизнес-идеи организации производства на ДПНН электрохромных активных зеркал заднего вида для легковых автомобилей.
32. Обоснование бизнес-идеи внедрения на ООО «Винт» услуг по мойке автомобилей.
33. Обоснование бизнес-идеи организации изготовления чехлов для сидений автомобилей на ООО «Альфа».
34. Обоснование бизнес-идеи организации услуг по тонированию стекол автомобилей на ООО «Стекло».
35. Обоснование бизнес-идеи организации услуг по покраске автомобилей на ООО «Лак».

36. Обоснование бизнес-идеи организации тюнинга легковых автомобилей на ООО «Сигнал».

37. Обоснование бизнес-идеи организации услуг по установке газового оборудования на автомобили на ООО «Автодом».

38. Обоснование бизнес-идеи организации цеха вулканизации на ООО «Протектор».

39. Обоснование бизнес-идеи открытия цеха по организации внутрипроизводственных перевозок.

40. Обоснование бизнес-идеи создания производства дорожных знаков на ООО «Круг».

41. Обоснование бизнес-идеи внедрения новых услуг по ремонту и содержанию дорог.

42. Обоснование бизнес-идеи создания производства комплексных обедов с доставкой на ООО «Сервис – пицца».

43. Обоснование бизнес-идеи внедрения системы «Объ» по диагностике и диспетчеризации лифтов на ООО «СУ Ставропольлифт».

44. Обоснование бизнес-идеи внедрения телефонной услуги по переадресации на ООО «Связь».

45. Обоснование бизнес-идеи создания предприятия «Евростиль» по дизайну и ремонту квартир и офисов.

46. Обоснование бизнес-идеи создания предприятия «Софт-центр» по сборке мультимедийных рабочих станций.

47. Обоснование бизнес-идеи создания ЗАО «Лилия» по выращиванию декоративных культур.

48. Обоснование бизнес-идеи организации изготовления трикотажных изделий на ООО «Юность».

49. Обоснование бизнес-идеи создания цеха по изготовлению лимонадных напитков.

50. Обоснование бизнес-идеи внедрения на ЗАО «Хлебозавод № 3» новых видов хлебобулочных изделий.

51. Обоснование бизнес-идеи создания ателье «Модница».
52. Обоснование бизнес-идеи создания фирмы по предоставлению консалтинговых услуг.
53. Обоснование бизнес-идеи создания фирмы по предоставлению услуг Интернета.
54. Обоснование бизнес-идеи создания кафе быстрого питания.
55. Обоснование бизнес-идеи создания ресторана «Марианна».
56. Обоснование бизнес-идеи организации производства новой продукции на швейной фабрике «Восход» новых видов изделий.

Объем контрольной работы составляет 15 – 25 страниц машинописного текста формата А4, включая приложения, содержащие эскизы наглядных материалов.

Согласно общим требованиям к содержанию контрольной работы, она должна включать:

- Титульный лист
- Задание
- Аннотацию.
- Содержание (Приложение).
- Введение.
- Основную часть.
- Заключение.
- Список использованной литературы.

● Приложения.

Содержание должно быть построено в рамках заявленной структуры содержания бизнес-идеи, состоящим из пяти разделов. Против названий разделов проставляются номера страниц по тексту.

Во введении обосновывается актуальность предлагаемой бизнес-идеи на современном этапе развития бизнеса. Определяется объект и предмет исследования, формулируются цели и задачи работы.

Основная часть контрольной работы представляет описание выбранной бизнес-идеи по пяти элементам, отраженных в первом разделе.

В заключении обобщаются результаты исследования, формулируются основные выводы, отражающие сущность проведенной работы.

В списке литературы указываются использованные при написании работы источники (не менее 10), включая электронные источники, на которые имеются ссылки в тексте.

Приложения состоят из эскизов наглядных материалов: иллюстраций, плакатов, слайдов, компьютерной презентации и т. д., состав которых изложен в первом разделе.

Работа выполняется на бумаге стандартного формата А4 (210x297мм). Все страницы должны быть пронумерованы (титальный лист считается, но ставить нумерацию начинают с содержания (стр.3)).

Допускается печатать текст работы на компьютере (через 1,5 интервала, шрифт – 14 пунктов, переплёт – 0 см, ориентация книжная, шрифт – Times New Roman, красная строка – 1,25 см, поля: слева – 3 см, сверху, снизу – 2 см и справа – 1,5 см).

По ходу изложения в тексте заглавными буквами выделяются все заголовки, указанные в плане работы. Заголовки от текста отделяются чистой строкой. Сокращения слов в тексте не допускаются, кроме общепринятых, которые обычно при первом употреблении сопровождаются расшифровкой, например, оперативно-календарное планирование (ОКП) и т. д.

Использованная при написании работы литература должна быть расположена в списке в следующем порядке: законы и законодательные акты и положения, справочные издания, затем монографии и статьи в алфавитном порядке их авторов. При этом указываются фамилии и инициалы автора, полное наименование литературного источника, место издания, наименование издательства, год издания, общее количество страниц или же страницы того раздела, который был использован при написании контрольной работы. Если работа написана коллективом авторов (более 4 человек), то она должна стоять в списке по первой букве ее названия, затем указываются все авторы и/или под чьей редакцией она выполнена.

На каждую цитату, мысль, идею, положение, материалы (таблицы, рисунки и др.), заимствованные из каких-либо источников, должны быть даны ссылки в тексте. При этом ссылки обозначаются следующим образом: [8, с. 29]. Это значит, что студент ссылается на страницу 29 источника под номером 8 в списке использованной литературы.

Все рисунки (схемы, диаграммы), таблицы, диаграммы и другой иллюстративный материал должен иметь название и соответствующий номер. На каждую иллюстрацию необходима соответствующая ссылка в тексте. Иллюстративный материал включается в основной текст контрольной работы или выносится в приложение.

Правильность, аккуратность оформления работы являются обязательным условием ее выполнения и учитываются при оценке.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПОДГОТОВКЕ ДОКЛАДА

К самостоятельной работе относится подготовка доклада .

Примерные темы докладов:

1. Этапы развития предпринимательства в России.

2. Предпосылки организации и развития предпринимательства.
3. Организационные аспекты государственной поддержки предпринимательства.
4. Правовое регулирование поддержки предпринимательства.
5. Современное состояние предпринимательства в России (Ставропольском крае, за рубежом).
6. Современное состояние крупного (среднего, малого) бизнеса в России (Ставропольском крае, за рубежом).
7. Хозяйственные товарищества в России (Ставропольском крае).
8. Хозяйственные общества в России (Ставропольском крае).
9. Государственные и муниципальные унитарные предприятия в России (Ставропольском крае).
10. Производственные кооперативы в России (Ставропольском крае).
11. Организационно-правовые формы предпринимательства в различных странах.
12. Организационно-экономические формы предпринимательской деятельности за рубежом.
13. Современное состояние НКО в России (Ставропольском крае, за рубежом).
14. Концерны в России (Ставропольском крае, за рубежом).
15. Холдинги в России (Ставропольском крае, за рубежом).
16. Финансово-промышленные группы в России (Ставропольском крае, за рубежом).
17. Тресты в России (Ставропольском крае, за рубежом).
18. Консорциумы в России (Ставропольском крае, за рубежом).
19. Синдикаты в России (Ставропольском крае, за рубежом).
20. Передовой предпринимательский опыт отдельных фирм.
21. Предпринимательская деятельность отдельных фирм.
22. Состояние риэлтерской деятельности в России (Ставропольском крае, за рубежом).
23. Предпринимательство в различных сферах (образование, здравоохранение и т.д.).
24. Инфраструктура бизнеса, современное состояние развития ее элементов.
25. Современное состояние развития отдельных элементов инфраструктуры бизнеса (бирж, банков).

26. Современное состояние банковской системы (России, Ставропольском крае, за рубежом) как элемента инфраструктуры бизнеса.
27. Современное состояние посредничества и его видов (брокерства, дилерства, дистрибьютерства, маклерства и др.) как элемента инфраструктуры бизнеса.
28. Современное состояние акционирования и ярмарочной деятельности элемента инфраструктуры бизнеса.
29. Современное состояние биржи (товарные, фондовые, труда) элемента инфраструктуры бизнеса.
30. Современное состояние информационных технологий и средств деловой коммуникации элемента инфраструктуры бизнеса.
31. Современное состояние налоговой системы элемента инфраструктуры бизнеса.
32. Современное состояние страховых компаний элемента инфраструктуры бизнеса.
33. Современное состояние рекламных агентств элемента инфраструктуры бизнеса.
34. Современное состояние информационных агентств элемента инфраструктуры бизнеса.
35. Современное состояние коммерческо-выставочных комплексов элемента инфраструктуры бизнеса.
36. Современное состояние консультативных (консалтинговых) компаний элемента инфраструктуры бизнеса.
37. Современное состояние аудиторских компаний элемента инфраструктуры бизнеса.
38. Современное состояние таможенной системы элемента инфраструктуры бизнеса.
39. Инновации в бизнесе.

Выступление должно быть написано студентом самостоятельно, на основе глубокого изучения рекомендуемой литературы. Работу следует выполнять на листах формата А4 (210х297 мм). Нумерация страниц и приложений осуществляется в правом верхнем углу и должна быть сквозная.

Текст работы может выполняться с использованием шрифта Times New Roman, размер 14, интервал 1,5; абзацный отступ – 1,25.

На каждую цитату, мысль, идею, положение, материалы (таблицы, схемы и др.), заимствованные из каких-либо источников, должны быть даны ссылки в тексте.

Все схемы, рисунки, таблицы, диаграммы и другой иллюстративный материал должен иметь название и соответствующий номер. На каждую иллюстрацию необходима соответствующая ссылка в тексте. Иллюстративный материал включается в основной текст работы. Список используемой литературы приводится в конце конспекта.

В процессе защиты преподаватель уточняет самостоятельность выполнения работы, уровень знаний студента.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя:

- знакомство студентов с темами выступлений
- подбор и анализ литературы по теме выступления
- создание презентации выступления
- подготовка к выступлению на дискуссии
- выступление
- оценка содержания выступления студентами и преподавателем.

Темы выступлений повышенного уровня дают возможность студентам самостоятельно провести расширенный анализ проблемы с использованием научной и иной литературы по теме, сделать выводы, обобщающие как научные взгляды, так и авторскую позицию по проблеме. Базовый уровень нацелен на изложение имеющихся научных исследований по теме доклада.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо проанализировать предложенную тему выступления, подобрать литературу, продумать содержание, оформить выступление. Время выполнения – 6 часов.

При проверке задания, оцениваются:

- соответствие содержания теме выступления
- соответствие требованиям к структуре выступления и объему
- самостоятельность выполнения

- обоснованность, четкость, лаконичность ответа по теме дискуссии
- уровень освоения темы и изложения материала - правильность (уместность и достаточность) используемой информации
- научность и самостоятельность устного и письменного изложения выступления.

Темы выступлений дают возможность студентам самостоятельно провести анализ проблемы с использованием научной литературы по теме, сделать выводы, обобщающие как научные взгляды, так и авторскую позицию по проблеме.

При проверке задания, оцениваются: новизна реферированного текста, степень раскрытия сущности проблемы, обоснованность выбора источников, соблюдение требований к оформлению, грамотность.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО САМОТЕСТИРОВАНИЮ, ПОДГОТОВКЕ К ТЕСТИРОВАНИЮ

Одно тестовое задание может включать 7-20 тестов теоретической и практической направленности следующего вида.

Примерные тесты по дисциплине

1 уровень -теоретический

Знать

I:

S: Основной целью предпринимательства является:

- а) удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах
- б) пополнение бюджета государства налоговыми поступлениями
- в) систематическое получение прибыли

I:

S: Выделите организационно-экономические формы предпринимательской деятельности :

- а) концерн;
- б) общество с ограниченной ответственностью;
- в) холдинг;
- г) трест;

- д) акционерное общество;
- е) синдикат;
- ж) некоммерческая организация;
- з) финансово-промышленная группа;
- и) полное товарищество;
- к) государственное и муниципальное предприятия;
- л) индивидуальный предприниматель.

I:

S: Впишите пропущенные слова в нужном падеже.

регулирует отношения учредителей по созданию юридического лица и отношения между учредителями и создаваемым юридическим лицом

I:

S: Какие из ниже приведенных определений соответствуют понятиям «хозяйственное товарищество»:

- а) коммерческая организация, уставной капитал которой разделен на определенное число акций;
- б) коммерческая организация с разделенным на доли уставным капиталом;
- в) договорное объединение лиц для предпринимательской деятельности;
- г) добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной деятельности;
- д) коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней неделимое имущество.

I:

S: Ликвидация юридического лица – это..

- а) прекращение деятельности юридических лиц, без перехода их субъективных прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам;
- б) способ создания и (или) прекращения юридических лиц, вследствие которого происходит преемство в правах и обязанностях между юридическими лицами;
- в) закрытие предприятия

2 уровень -практический

Уметь, владеть

I:

S: Распределите между вкладчиками сумму долговых выплат в объеме 2 млн. руб. общества с ограниченной ответственностью, образованного пятью учредителями, с долями равными 10%, 30%, 25%, 15%, 20% в уставном капитале организации, составляющим 500 тыс. руб., если фирма на момент

ликвидации имеет прибыль в размере 300 тыс. руб. и каждый из участников имеет имущества на сумму более 2,5 млн. руб.

а) 320,480,440,360,400 тыс. руб.

б) 80,240,200,120,160 тыс. руб.

в) 480,640,600,120,160 тыс. руб.

I:

S: Распределите между вкладчиками сумму оставшихся долговых выплат в объеме 1 млн. руб. полного товарищества, образованного тремя полными товарищами в долях равных 45%, 20% и 35%, если первый и третий не имеют никакой собственности.

а) 450,200,350 тыс. руб.

б) 0,1000,0 тыс. руб.

в) 225,600,175 тыс.руб.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература:

1. Основы предпринимательства Электронный ресурс / Пашин Д. М., Котенкова С. Н., Мустафин А. Н., Рамазанов А. В. : учеб. пособие. - Казань : КФУ, 2019. - 152 с. - ISBN 978-5-00130-139-4, экземпляров неограничено
2. Гулин, К. А. Основы предпринимательства Электронный ресурс / Гулин К. А., Кремин А. Е. : учебное пособие. - Вологда : ВолНЦ РАН, 2017. - 106 с. - ISBN 978-5-93299-373-6, экземпляров неограничено
3. Каратаева, О.Г. Организация предпринимательской деятельности Электронный ресурс : учебное пособие / О.С. Гаврилова / О.Г. Каратаева. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 111 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-4486-0152-1, экземпляров неограничено
4. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / А.И. Нестеренко, Т.М. Кривошеева, М.В. Гаврилюк, Т.В. Буклей, Л.Ф. Ксенитова ; ред. О. В. Шеменева ; ред. Т. В. Харитоновна. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 294 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01147-4, экземпляров неограничено
5. Скрыбин, О.О. Основы предпринимательства Электронный ресурс : практикум / А.А. Гудилин / О.О. Скрыбин. - Основы предпринимательства, 2019-09-01. - Москва : Издательский Дом МИСиС, 2016. - 126 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-87623-995-2, экземпляров неограничено

Дополнительная литература:

1. Организация предпринимательской деятельности Электронный ресурс : практикум для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «экономика» очной и заочной форм обучения. - 2-е изд. - пос. Караваево : КГСХА, 2017. - 21 с., экземпляров неограничено
2. Земцова, Л.В. Организация предпринимательской деятельности Электронный ресурс : учебное пособие / Л.В. Земцова. - Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2016. - 131 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., экземпляров неограничено

Методическая литература:

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Основы предпринимательства» для студентов направления 38.03.02 Менеджмент, [Электронная версия]

Интернет-ресурсы:

<http://biblioclub.ru> (Сайт ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)

<http://mybibliografiya.ru> (Сайт «Бизнес-планирование - [Учимся вместе](#)»)

<http://brn.com.ru> / (Сайт « Бизнес форум, Бизнес-планирование, Бизнес-идеи для малого бизнеса – Информационный центр»)

<http://ecsocman.hse.ru/> (Сайт федерального портала «Экономика. Социология. Менеджмент»).

<http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов).

<http://grebennikov.ru/> (сайт электронной библиотеки Издательского дома «Гребенников»).

Содержание

Введение

1 Характеристика предприятия

2 Основные виды изготавливаемой продукции или предоставляемых услуг

3 Описание преимуществ продукции (услуг)

4 Оценка конкурентов и потребителей

5 Основные планируемые показатели на 3 – 5 лет

Заключение

Список использованной литературы

Приложения