

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИЖЕВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе:

П.Б. Акмаров /П.Б. Акмаров/

" 20 " 03 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине «Бизнес-модели предпринимательской
деятельности»

Направление подготовки: «Экономика»

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения - очная, заочная, очно-заочная

Ижевск 2018

Оглавление

- 1 Наименование дисциплины (модуля)
 - 1.1 Цели и задачи дисциплины
 - 2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
 - 3 Указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
 - 4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
 - 5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
 - 5.1 Содержание дисциплины
 - 5.1.1 Структура дисциплины (очно-заочная форма обучения)
 - 5.1.2 Матрица формируемых дисциплиной компетенций
 - 5.1.3 Содержание разделов дисциплины (модуля)
 - 5.2 Содержание практических и семинарских занятий
 - 5.2.1 Практические занятия
 - 6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
 - 6.1 Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля
 - 6.1.1 Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля (очно-заочная форма обучения)
 - 6.2 Методическое обеспечение для аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы
 - 7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
 - 8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 8.1 Основная литература
 - 8.2 Дополнительная литература
 - 9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)
 - 10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
 - 11 Образовательные технологии
 - 12 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях
 - 13 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
 - 14 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
- Приложение 1
Лист регистрации изменений

1 Наименование дисциплины (модуля)

«Бизнес-модели предпринимательской деятельности»

1.1 Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины (модуля) «Бизнес-модели предпринимательской деятельности» является - Формирование теоретических знаний и практических навыков организации коммерческой деятельности, бизнес-планирования, совершенствования бизнес-процессов, решения бизнес-задач в процессе управления предприятием, организация и совершенствование ключевых процессов работы предприятия, умений творчески применять полученные знания в сфере будущей профессиональной деятельности

Задачи дисциплины

- приобретение теоретических знаний и практических навыков по разработке предпринимательских бизнес-моделей и подготовке бизнес-планов.
- формирование навыков предпринимательской, управленческой и коммерческой деятельности.
- обучение навыкам совершенствования ключевых процессов работы предприятия (разработка стратегии, управление предприятием и персоналом, маркетинг и продвижение, финансовый менеджмент, управление процессами и т.д.)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть основными требованиями, характеризующими профессиональную деятельность магистров.

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, включает:

экономические, финансовые, маркетинговые и аналитические службы организаций различных отраслей, сфер и форм собственности;
органы государственной и муниципальной власти;
академические и ведомственные научно-исследовательские организации;
учреждения системы высшего профессионального и дополнительного профессионального образования.

Объектами профессиональной деятельности магистров являются поведение хозяйствующих агентов, их затраты и результаты, функционирующие рынки, финансовые и информационные потоки, производственные процессы.

Магистр по направлению подготовки 38.04.01 Экономика готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- научно-исследовательская;
- проектно-экономическая;
- аналитическая;
- организационно-управленческая;
- педагогическая.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится магистр, определяются высшим учебным заведением совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками высшего учебного заведения и объединениями работодателей.

Магистр по направлению подготовки 38.04.01 Экономика должен быть подготовлен к решению профессиональных задач в соответствии профильной направленностью ООП магистратуры и видами профессиональной деятельности

научно-исследовательская деятельность:

- разработка рабочих планов и программ проведения научных исследований и разработок, подготовка заданий для групп и отдельных исполнителей;
- разработка инструментария проводимых исследований, анализ их результатов;

подготовка данных для составления обзоров, отчетов и научных публикаций;
сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, выбор методов и средств решения задач исследования;
организация и проведение научных исследований, в том числе статистических обследований и опросов;
разработка теоретических и эконометрических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;
проектно-экономическая деятельность:
подготовка заданий и разработка проектных решений с учетом фактора неопределенности;
подготовка заданий и разработка методических и нормативных документов, а также предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ;
подготовка заданий и разработка системы социально-экономических показателей хозяйствующих субъектов;
составление экономических разделов планов предприятий и организаций различных форм собственности;
разработка стратегии поведения экономических агентов на различных рынках;
аналитическая деятельность:
разработка и обоснование социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, методы их расчета;
поиск, анализ и оценка информации для проведения экономических расчетов;
проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности;
анализ существующих форм организации управления; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
прогнозирование динамики основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом;
организационно-управленческая деятельность:
организация творческих коллективов для решения экономических и социальных задач и руководство ими;
разработка стратегий развития и функционирования предприятий, организаций и их отдельных подразделений;
руководство экономическими службами и подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти;
педагогическая деятельность:
преподавание экономических дисциплин в образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования, профессиональных образовательных организациях;
разработка учебно-методических материалов.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В процессе освоения дисциплины студент осваивает и развивает следующие компетенции:

- аналитическая деятельность: способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне (ПК-8);
- способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности (ПК-12).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- теоретическую базу методики планирования, прогнозирования и программирования развития экономики и бизнеса
- технологию бизнес-планирования ,
- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами
- основные характеристики инновационного подхода к повышению эффективности предпринимательской деятельности
- результаты деятельности организации с точки зрения финансовых показателей;
- показатели анализа эффективности развития экономики и бизнеса;
- основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих конкурентоспособность деятельности хозяйствующих субъектов на микро- и макроуровне.

Уметь:

- использовать при оценке перспектив развития бизнеса количественные и качественные методы;
- отобрать нужные показатели для оценки предпринимательской деятельности и формирования бизнес-модели.
- готовить аналитические материалы по результатам исследования
- оценивать состояние прогнозного фона.
- анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне
- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций
- предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий
- адаптировать лучшие практики зарубежного и отечественного управления в области бизнес-моделирования к конкретной ситуации

Владеть: - методологией экономического исследования современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных;

- разрабатывать проекты в сфере экономики и бизнеса с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и других ограничений
- методами и приемами оформления результатов анализа и обработки данных, составления по этим результатам специальных методических рекомендаций по разработке бизнес-модели предпринимательской деятельности с целью принятия решений
- навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений;
- методами, способами и приемами разработки альтернативных вариантов бизнес-моделей предпринимательской деятельности, предлагать решения проблем с учетом фактора неопределенности ;
- методикой расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих параметры развития бизнеса.

2.1 Перечень компетенций

| Но- мер/ин декс компе- тенции | Содержание ком- петенции (или ее части) | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны: | | |
|---|---|--|--|---|
| | | Знать | Уметь | Владеть |
| ПК-8 | способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне | <ul style="list-style-type: none"> - теоретическую базу методики планирования, прогнозирования и программирования развития экономики и бизнеса - технологию бизнес-планирования , - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами на микро- и макроуровне - основные характеристики инновационного подхода к повышению эффективности предпринимательской деятельности | <ul style="list-style-type: none"> - использовать при оценке перспектив развития бизнеса количественные и качественные методы; - отобрать нужные показатели для оценки предпринимательской деятельности и формирования бизнес-модели. - готовить аналитические материалы по результатам исследования - оценивать состояние прогнозного фона. | <ul style="list-style-type: none"> - навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; - методами, способами и приемами разработки альтернативных вариантов бизнес-моделей предпринимательской деятельности, предлагать решения проблем с учетом фактора неопределенности ; - методикой расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих параметры развития бизнеса на микро- и макроуровне. |
| ПК-12 | способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности | <ul style="list-style-type: none"> - результаты деятельности организации с точки зрения финансовых показателей; - показатели анализа эффективности развития экономики и бизнеса; - основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, ха- | <ul style="list-style-type: none"> - анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне - выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций - предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эф- | <ul style="list-style-type: none"> - методологией экономического исследования современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; - разрабатывать проекты в сфере экономики и бизнеса с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и других ограничений |

| | | | | |
|--|--|---|---|---|
| | | <p>рактически характеризующих конкурентоспособность деятельности хозяйствующих субъектов на микро- и макроуровне.</p> | <p>эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий - адаптировать лучшие практики зарубежного и отечественного управления в области бизнес-моделирования к конкретной ситуации</p> | <p>- методами и приемами оформления результатов анализа и обработки данных, составления по этим результатам специальных методических рекомендаций по разработке бизнес-модели предпринимательской деятельности с целью принятия решений</p> |
|--|--|---|---|---|

3 Указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бизнес-модели предпринимательской деятельности» включена в вариативную часть.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-8, ПК-12.

В ходе изучения дисциплины большое внимание уделяется аспектам, связанным с методологическими особенностями дисциплины, которые носят собирательный, междисциплинарный и прикладной характер.

Эти особенности заключаются в следующем:

во-первых, основой дисциплины является современная теория и практика планирования и проектирования деятельности организаций (понятийный аппарат, методология);

во-вторых, дисциплина использует категории, понятия и методы других отраслей знаний и учебных дисциплин (философии, экономической теории, информатики и математики и др.);

в-третьих, изложение дисциплины базируется на нормативных документах и обширной информационной базе.

Организация изучения дисциплины предусматривает чтение лекций, проведение практических занятий, самостоятельную работу студентов по темам дисциплины.

«Бизнес-модели предпринимательской деятельности» как учебная дисциплина в системе подготовки магистров связана с дисциплинами учебного плана:

в теоретико-методологическом направлении – «Микроэкономика (продвинутый уровень)», «Макроэкономика (продвинутый уровень)», «Маркетинг».

в направлении, обеспечивающим изучение количественных форм экономических явлений и процессов – «Стратегический анализ», «Эконометрика (продвинутый уровень)»,

в направлении, обеспечивающим связь и взаимосвязь экономических процессов внутри предприятия - «Управленческий учет и отчетность в организациях », «Финансовый менеджмент».

Умения и навыки приобретаются студентами в процессе занятий и в процессе самоподготовки.

Содержательно-логические связи дисциплины (модуля)
«Бизнес-модели предпринимательской деятельности»

| Название учебных дисциплин (модулей), практик | |
|---|--|
| на которые опирается содержание данной учебной дисциплины (модуля) | для которых содержание данной учебной дисциплины (модуля) выступает опорой |
| «Микроэкономика (продвинутый уровень)», «Макроэкономика (продвинутый уровень)». | «Стратегический анализ», «Финансовый менеджмент». |

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

«Стратегический анализ»,
«Финансовый менеджмент».

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость составляет 2 зач.ед. (72 часа). Из них 16 часа – аудиторная работа, 56 часов – самостоятельная (внеаудиторная), зачет.

| Вид учебной работы, часов | форма обучения | | |
|---|----------------|--------------|--------------|
| | Очная | Заочная | Очно-заочная |
| | Семестр 1 | Семестр 1 | Семестр 1 |
| 1. Аудиторная работа, всего: | 16 | 10 | 16 |
| Лекции | 6 | 2 | 6 |
| Практические занятия | 10 | 8 | 10 |
| 2. Самостоятельная работа студентов (СРС): | 56 | 58 | 56 |
| - рефераты - контрольная работа - самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала, учебников и учебно-методических пособий, подготовка к практическим занятиям и пр.) | 56 | 58 | 56 |
| Промежуточный контроль: | зачет | зачет | зачет |
| Общая трудоемкость дисциплины | 72 | 72 | 72 |

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

5.1 Структура дисциплины

5.1.1 Структура дисциплины (очная форма обучения)

| № п/п | Семестр | Недели семестра | Раздел дисциплины (модуля), темы раздела | Виды учебной работы, включая СРС и трудоемкость (в часах) | | | | | СРС | Форма: -текущего контроля успеваемости, СРС (по неделям семестра); -промежуточной аттестации (по семестрам) КРС |
|-------|---------|-----------------|--|---|----------|----------------------|--------------|----------|-----------|---|
| | | | | всего | лекция | практические занятия | лаб. занятия | семинары | | |
| 1 | 1 | | Тема1. Теоретические основы бизнес-моделирования. Бизнес – модель как основа построения бизнеса | 7 | 1 | 1 | | | 5 | Экспресс-опрос на лекции |
| 2 | 1 | 1 | Тема 2. Разработка бизнес-плана предприятия. | 6 | - | 1 | | | 5 | Экспресс-опрос на лекции |
| 3 | 1 | 2 | Тема 3. Стратегические цели и конкурентные преимущества. Стратегия и рост компании. | 7 | 1 | 1 | | | 5 | Экспресс-опрос на лекции |
| 4 | 1 | 3 | Тема 4. Оценка эффективности стратегии. Корректировка целей и план достижения результатов. Цепочка ценности | 8 | 1 | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос на лекции |
| 5 | 1 | 4 | Тема 5. Проектирование системы управления. Организационная структура компании. | 8 | 1 | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос на лекции |
| 6 | 1 | 5 | Тема 6. Планирование и контроль. Принятие решений. | 8 | 1 | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос на лекции |
| 7 | 1 | 6 | Тема 7. Управление маркетингом: понимание потребителей, сегментация и нацеливание. | 7 | - | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос на лекции |
| 8 | 1 | 7 | Тема 8. Развитие и запуск новых продуктов (услуг). | 8 | 1 | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос на лекции |
| 9 | 1 | 8 | Тема 9. Продвижение и распределение продуктов, управление продажами | 7 | - | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос на лекции |
| 10 | 1 | 9 | Тема 10. Финансовый менеджмент: основные формы финансовой отчетности, бюджетирование, управление затратами и достижение безубыточности | 8 | 1 | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос на лекции |
| Итого | | | | 72 | 6 | 10 | | | 56 | Зачет |

5.1.2 Структура дисциплины (заочная форма обучения)

| № п/п | Семестр | Недели семестра | Раздел дисциплины (модуля), темы раздела | Виды учебной работы, включая СРС и трудоемкость (в часах) | | | | | СРС | Форма: -текущего контроля успеваемости, СРС (по неделям семестра); -промежуточной аттестации (по семестрам) КРС |
|-------|---------|-----------------|--|---|----------|----------------------|--------------|----------|-----------|--|
| | | | | всего | лекция | практические занятия | лаб. занятия | семинары | | |
| 1 | 1 | | Тема 1. Теоретические основы бизнес-моделирования. Бизнес – модель как основа построения бизнеса | 6,5 | 1 | 0,5 | | | 5 | Экспресс-опрос на лекции |
| 2 | 1 | 1 | Тема 2. Разработка бизнес-плана предприятия. | 6 | - | 1 | | | 5 | Экспресс-опрос , проверка заданий |
| 3 | 1 | 2 | Тема 3. Стратегические цели и конкурентные преимущества. Стратегия и рост компании. | 7 | - | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос проверка заданий |
| 4 | 1 | 3 | Тема 4. Оценка эффективности стратегии. Корректировка целей и план достижения результатов. Цепочка ценности | 8 | - | 1 | | | 7 | Экспресс-опрос проверка заданий |
| 5 | 1 | 4 | Тема 5. Проектирование системы управления. Организационная структура компании. | 6,5 | - | 0,5 | | | 6 | Экспресс-опрос |
| 6 | 1 | 5 | Тема 6. Планирование и контроль. Принятие решений. | 6,5 | - | 0,5 | | | 6 | Экспресс-опрос |
| 7 | 1 | 6 | Тема 7. Управление маркетингом: понимание потребителей, сегментация и нацеливание. | 9 | - | 1 | | | 8 | Экспресс-опрос проверка заданий |
| 8 | 1 | 7 | Тема 8. Развитие и запуск новых продуктов (услуг). | 5,5 | - | 0,5 | | | 5 | Экспресс-опрос |
| 9 | 1 | 8 | Тема 9. Продвижение и распределение продуктов, управление продажами | 7 | - | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос проверка заданий |
| 10 | 1 | 9 | Тема 10. Финансовый менеджмент: основные формы финансовой отчетности, бюджетирование, управление затратами и достижение безубыточности | 6 | 1 | 1 | | | 4 | Экспресс-опрос на лекции |
| Итого | | | | 72 | 2 | 8 | | | 58 | 4 Зачет |

5.1.3 Структура дисциплины (очно-заочная форма обучения)

| № п/п | Семестр | Недели семестра | Раздел дисциплины (модуля), темы раздела | Виды учебной работы, включая СРС и трудоемкость (в часах) | | | | | СРС | Форма: -текущего контроля успеваемости, СРС (по неделям семестра); -промежуточной аттестации (по семестрам) КРС |
|-------|---------|-----------------|--|---|----------|----------------------|--------------|----------|-----------|--|
| | | | | всего | лекция | практические занятия | лаб. занятия | семинары | | |
| 1 | 1 | | Тема 1. Теоретические основы бизнес-моделирования. Бизнес – модель как основа построения бизнеса | 7 | 1 | 1 | | | 5 | Экспресс-опрос на лекции |
| 2 | 1 | 1 | Тема 2. Разработка бизнес-плана предприятия. | 6 | - | 1 | | | 5 | проверка заданий |
| 3 | 1 | 2 | Тема 3. Стратегические цели и конкурентные преимущества. Стратегия и рост компании. | 7 | 1 | 1 | | | 5 | Экспресс-опрос на лекции Доклад, реферат, статья (по желанию студента) |
| 4 | 1 | 3 | Тема 4. Оценка эффективности стратегии. Корректировка целей и план достижения результатов. Цепочка ценности | 8 | 1 | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос на лекции |
| 5 | 1 | 4 | Тема 5. Проектирование системы управления. Организационная структура компании. | 8 | 1 | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос на лекции |
| 6 | 1 | 5 | Тема 6. Планирование и контроль. Принятие решений. | 8 | 1 | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос на лекции |
| 7 | 1 | 6 | Тема 7. Управление маркетингом: понимание потребителей, сегментация и нацеливание. | 7 | - | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос на лекции Доклад, реферат, статья (по желанию студента) |
| 8 | 1 | 7 | Тема 8. Развитие и запуск новых продуктов (услуг). | 8 | 1 | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос на лекции |
| 9 | 1 | 8 | Тема 9. Продвижение и распределение продуктов, управление продажами | 7 | - | 1 | | | 6 | проверка заданий |
| 10 | 1 | 9 | Тема 10. Финансовый менеджмент: основные формы финансовой отчетности, бюджетирование, управление затратами и достижение безубыточности | 8 | 1 | 1 | | | 6 | Экспресс-опрос на лекции Доклад, реферат, статья (по желанию студента) |
| Итого | | | | 72 | 6 | 10 | | | 56 | Зачет |

5.1.4 Матрица формируемых дисциплиной компетенций

| Разделы и темы дисциплины | Кол-во часов | Компетенции (вместо цифр – шифр и номер компетенции из ФГОС ВО) | |
|--|--------------|---|-------|
| | | ПК-8 | ПК-12 |
| Тема 1. Теоретические основы бизнес-моделирования. Бизнес – модель как основа построения бизнеса | 7 | + | + |
| Тема 2. Разработка бизнес-плана предприятия. | 6 | + | + |
| Тема 3. Стратегические цели и конкурентные преимущества. Стратегия и рост компании. | 7 | + | + |
| Тема 4. Оценка эффективности стратегии. Корректировка целей и план достижения результатов. Цепочка ценности | 8 | + | + |
| Тема 5. Проектирование системы управления. Организационная структура компании. | 8 | + | + |
| Тема 6. Планирование и контроль. Принятие решений. | 8 | + | + |
| Тема 7. Управление маркетингом: понимание потребителей, сегментация и нацеливание. | 7 | + | + |
| Тема 8. Развитие и запуск новых продуктов (услуг). | 8 | + | + |
| Тема 9. Продвижение и распределение продуктов, управление продажами | 7 | + | + |
| Тема 10. Финансовый менеджмент: основные формы финансовой отчетности, бюджетирование, управление затратами и достижение безубыточности | 8 | + | + |
| ИТОГО | 72 | | |

5.1.5 Содержание разделов дисциплины (модуля)

| № | Название раздела | Содержание раздела |
|---|--|--|
| 1 | Тема 1. Теоретические основы бизнес-моделирования. Бизнес – модель как основа построения бизнеса | Понятие бизнес-модели. Превращение инновации в экономическую ценность для бизнеса. Шесть компонент бизнес-модели (предложение потребительской ценности, сегмент потребителей, структура цепочки создания ценности, модель получения доходов, конкурентные стратегии и преимущества, стратегии роста). Понятие предпринимательской бизнес-идеи. Источники предпринимательских идей. |
| 2 | Тема 2. Разработка бизнес-плана предприятия. | Основные положения бизнес-планирования, цели, структура и особенности бизнес-плана. Форматы бизнес-планов и их основные разделы. Методика разработки бизнес-плана. Эффективность бизнес-планирования. Бизнес-модель, как основа разработки бизнес-плана. Внешняя среда маркетинга и ее роль в системе маркетинговых исследований. |
| 3 | Тема 3. Стратегические цели и конкурентные преимущества. Стратегия | Стратегические цели организации. Роль маркетинга в стратегии организации. Стратегический выбор. Общие стратегии по Портеру (лидерство по затратам, широкая |

| | | |
|---|---|---|
| | и рост компании. | дифференциация, сфокусированная экономия, сфокусированная дифференциация). Источники конкурентных преимуществ и масштаб конкуренции. Стратегия и рост компании: матрица Ансоффа (глубокое проникновение на рынок, развитие продукта, расширение рынка, диверсификация). Риски стратегий роста. |
| 4 | Тема 4. Оценка эффективности стратегии. Корректировка целей и план достижения результатов. Цепочка ценности | Стратегическое видение деятельности. Типы организационных целей (прибыльность, рост, акционерная ценность, удовлетворенность потребителей, инновации, баланс запросов заинтересованных сторон). Оценка эффективности стратегии. Рыночный и ресурсный подход к стратегии. Модель конкуренции по Портеру. Связи между ресурсами, способностями и конкурентными преимуществами. Понимание цепочки ценности и ее использования для формирования конкурентных преимуществ. Процесс формирования и реализации стратегии. |
| 5 | Тема 5. Проектирование системы управления. Организационная структура компании. | Формальные организационные структуры. Распределение видов деятельности и их координация. Сфера контроля. Влияние стратегии на структуру. Типы организационных структур. Связь между структурой и культурой организации. Зависимость структуры организации от ее размера. Матричные структуры. Распознавание структурных проблем. |
| 6 | Тема 6. Планирование и контроль. Принятие решений. | Рациональный процесс планирования и контроля (постановка целей; подготовка плана и определение его параметров, выполнение задач; проведение мониторинга и движение к цели; действие в соответствии с результатами мониторинга). Ситуационное планирование. Принятие управленческих решений. Структурированный подход к принятию решений (формулировка проблемы, постановка целей, оценка вариантов и принятие решений, информирование и реализация, мониторинг и контроль). Другие техники принятия решений. |
| 7 | Тема 7. Управление маркетингом: понимание потребителей, сегментация и нацеливание. | Роль маркетинга в бизнес-модели (понимание потребительской ценности и сегмента потребителей). Маркетинг, как процесс управления взаимодействием предпринимательского бизнеса и потребителей. Маркетинг-микс. Маркетинг взаимоотношений – наиболее современная форма взаимоотношений с потребителем и достижения конкурентных преимуществ. Понимание потребителя, типы потребителей. Анализ предпочтений и мотиваций покупки конечных потребителей. Сегментация рынка: понятие, основные критерии и требования. Выбор целевого рынка. Технология и критерии. |
| 8 | Тема 8. Развитие и запуск новых продуктов (услуг). | Инновационная политика и концепция нового товара. Основные этапы разработки нового товара. Ассортиментная политика и оптимизация товарной номенклатуры. |

| | | |
|----|--|---|
| 9 | Тема 9. Продвижение и распределение продуктов, управление продажами | Понятие и цели коммуникационной политики. Выбор системы распространения товара. Анализ ценовой политики. Реклама. Методы стимулирования продаж, формирования спроса и организация послепродажного сервиса. Формирование сбытовой политики и системы товародвижения. |
| 10 | Тема 10. Финансовый менеджмент: основные формы финансовой отчетности, бюджетирование, управление затратами и достижение безубыточности | Баланс денежных средств. Доходы и затраты. Частные и общий бюджеты. Расчет безубыточности и график безубыточности. Показатели планируемой финансово-экономической деятельности предприятия. |

5.2 Содержание практических занятий

5.2.1 Практические занятия (очная форма обучения)

| № п/п | № раздела дисциплины | Тематика практических занятий (семи-наров) | Трудоемкость (час.) |
|-------|---|---|---------------------|
| 1 | Тема 1. Теоретические основы бизнес-моделирования. Бизнес – модель как основа построения бизнеса | Разработка инновационной бизнес-идеи, как основы создания бизнес-модели. Освоение методики генерации идей методом мозгового штурма. | 1 |
| 2 | Тема 2. Разработка бизнес-плана предприятия. | Определение ключевых компонентов типового бизнес-плана | 1 |
| 3 | Тема 3. Стратегические цели и конкурентные преимущества. Стратегия и рост компании. | Определение общей стратегии компании, в которой работают или учатся магистранты | 1 |
| 4 | Тема 4. Оценка эффективности стратегии. Корректировка целей и план достижения результатов. Цепочка ценности | Оценка эффективности стратегий компаний, Использование цепочки ценностей для формирования конкурентных преимуществ. | 1 |
| 5 | Тема 5. Проектирование системы управления. Организационная структура компании. | Типы организационных структур | 1 |
| 6 | Тема 6. Планирование и контроль. Принятие решений. | Обоснование и выбор управленческого решения проблемной ситуации. | 1 |
| 7 | Тема 7. Управление маркетингом: понимание потребителей, сегментация и нацеливание. | Формулировка потребительской ценности; выбор целевого сегмента потребителей. | 1 |
| 8 | Тема 8. Развитие и запуск новых продуктов (услуг). | Матрица БКГ, анализ сущности товара и определение цены | 1 |
| 9 | Тема 9. Продвижение и распределение продуктов, управление продажами | Основные методы и системы сбыта, коммуникации через социальные потоки; процесс личной продажи. | 1 |

| | | | |
|----|--|---|----|
| 10 | Тема 10. Финансовый менеджмент: основные формы финансовой отчетности, бюджетирование, управление затратами и достижение безубыточности | Выбор безубыточной технологии Оптимизация показателей объемов реализации методом сопоставления предельных показателей. | 1 |
| | Итого | | 10 |

5.2.1 Практические занятия (заочная форма обучения)

| № п/п | № раздела дисциплины | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час.) |
|-------|--|---|---------------------|
| 1 | Тема 1. Теоретические основы бизнес-моделирования. Бизнес – модель как основа построения бизнеса | Разработка инновационной бизнес-идеи, как основы создания бизнес-модели. Освоение методики генерации идей методом мозгового штурма. | 0,5 |
| 2 | Тема 2. Разработка бизнес-плана предприятия. | Определение ключевых компонентов типового бизнес-плана | 1 |
| 3 | Тема 3. Стратегические цели и конкурентные преимущества. Стратегия и рост компании. | Определение общей стратегии компании, в которой работают или учатся магистранты | 1 |
| 4 | Тема 4. Оценка эффективности стратегии. Корректировка целей и план достижения результатов. Цепочка ценности | Оценка эффективности стратегий компаний, Использование цепочки ценностей для формирования конкурентных преимуществ. | 1 |
| 5 | Тема 5. Проектирование системы управления. Организационная структура компании. | Типы организационных структур | 0,5 |
| 6 | Тема 6. Планирование и контроль. Принятие решений. | Обоснование и выбор управленческого решения проблемной ситуации. | 0,5 |
| 7 | Тема 7. Управление маркетингом: понимание потребителей, сегментация и нацеливание. | Формулировка потребительской ценности; выбор целевого сегмента потребителей. | 1 |
| 8 | Тема 8. Развитие и запуск новых продуктов (услуг). | Матрица БКГ, анализ сущности товара и определение цены | 0,5 |
| 9 | Тема 9. Продвижение и распределение продуктов, управление продажами | Основные методы и системы сбыта, коммуникации через социальные потоки; процесс личной продажи. | 1 |
| 10 | Тема 10. Финансовый менеджмент: основные формы финансовой отчетности, бюджетирование, управление затратами и достижение безубыточности | Выбор безубыточной технологии Оптимизация показателей объемов реализации методом сопоставления предельных показателей. | 1 |

| | | | |
|--|--------------|--|---|
| | Итого | | 8 |
|--|--------------|--|---|

5.2.1 Практические занятия (очно-заочная форма обучения)

| № п/п | № раздела дисциплины | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час.) |
|-------|--|---|---------------------|
| 1 | Тема 1. Теоретические основы бизнес-моделирования. Бизнес – модель как основа построения бизнеса | Разработка инновационной бизнес-идеи, как основы создания бизнес-модели. Освоение методики генерации идей методом мозгового штурма. | 1 |
| 2 | Тема 2. Разработка бизнес-плана предприятия. | Определение ключевых компонентов типового бизнес-плана | 1 |
| 3 | Тема 3. Стратегические цели и конкурентные преимущества. Стратегия и рост компании. | Определение общей стратегии компании, в которой работают или учатся магистранты | 1 |
| 4 | Тема 4. Оценка эффективности стратегии. Корректировка целей и план достижения результатов. Цепочка ценности | Оценка эффективности стратегий компаний, Использование цепочки ценностей для формирования конкурентных преимуществ. | 1 |
| 5 | Тема 5. Проектирование системы управления. Организационная структура компании. | Типы организационных структур | 1 |
| 6 | Тема 6. Планирование и контроль. Принятие решений. | Обоснование и выбор управленческого решения проблемной ситуации. | 1 |
| 7 | Тема 7. Управление маркетингом: понимание потребителей, сегментация и нацеливание. | Формулировка потребительской ценности; выбор целевого сегмента потребителей. | 1 |
| 8 | Тема 8. Развитие и запуск новых продуктов (услуг). | Матрица БКГ, анализ сущности товара и определение цены | 1 |
| 9 | Тема 9. Продвижение и распределение продуктов, управление продажами | Основные методы и системы сбыта, коммуникации через социальные потоки; процесс личной продажи. | 1 |
| 10 | Тема 10. Финансовый менеджмент: основные формы финансовой отчетности, бюджетирование, управление затратами и достижение безубыточности | Выбор безубыточной технологии Оптимизация показателей объемов реализации методом сопоставления предельных показателей. | 1 |
| | Итого | | 10 |

Для проведения практических и семинарских занятий используются материалы:

- «Бизнес-модели предпринимательской деятельности» [Электронный ресурс] Учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по всем направлениям и специально-

Вопросы для самостоятельной работы студентов:

1. Цели и планы в бизнесе организации.
2. Правовое регулирование предпринимательской деятельности.
3. Понятие предпринимательской бизнес-идеи. Источники предпринимательских идей.
4. Проблемы и приоритеты развития региона как источник формирования инновационных бизнес-идей.
5. Понятие предпринимательской деятельности. Основные черты предпринимателя.
6. Система поддержки развития малого и среднего предпринимательства в регионе.
7. Соотношение понятий право и бизнес.
8. Понятие бизнес-модели. Превращение инновации в экономическую ценность для бизнеса.
9. Основные положения бизнес-планирования, цели, структура и особенности бизнес-плана.
10. Форматы бизнес-планов и их основные разделы. Методика разработки бизнес-плана.
11. Эффективность бизнес-планирования. Бизнес-модель, как основа разработки бизнес-плана.
12. Основные положения бизнес-планирования, цели, структура и особенности бизнес-плана.
13. Форматы бизнес-планов и их основные разделы. Методика разработки бизнес-плана.
14. Эффективность бизнес-планирования. Бизнес-модель, как основа разработки бизнес-плана.
15. Достоинства и недостатки бизнес-планов, разрабатываемых на российских предприятиях.
16. Виды исходной информации для составления бизнес-плана.
17. Инвестиции и их виды
18. Сущность и классификация инвестиций
19. Принципы инвестирования, основные этапы инвестиционного проекта
20. Сущность процесса бизнес-планирования, роль и функции бизнес-плана
21. Особенности бизнес-плана для малого предприятия.
22. Роль бизнес-планирования при организации нового предприятия.
23. Формы планирования на российских предприятиях.
24. Стратегические цели организации. Роль маркетинга в стратегии организации.
25. Стратегический выбор. Общие стратегии по Портеру (лидерство по затратам, широкая дифференциация, сфокусированная экономия, сфокусированная дифференциация).
26. Источники конкурентных преимуществ и масштаб конкуренции. Стратегия и рост компании: матрица Ансоффа (глубокое проникновение на рынок, развитие продукта, расширение рынка, диверсификация).
27. Риски стратегий роста
28. Стратегии и ценообразование
29. Стратегия и распределение.
30. Формальные организационные структуры
31. Распределение видов деятельности и их координация. Сфера контроля.
32. Влияние стратегии на структуру. Типы организационных структур. Связь между структурой и культурой организации.

33. Зависимость структуры организации от ее размера. Матричные структуры. Распознавание структурных проблем.
34. Неформальные организационные структуры
35. Механистические и органистические структуры
36. Роль маркетинга в бизнес-модели (понимание потребительской ценности и сегмента потребителей).
37. Маркетинг, как процесс управления взаимодействием предпринимательского бизнеса и потребителей
38. Маркетинг взаимоотношений – наиболее современная форма взаимоотношений с потребителем и достижения конкурентных преимуществ.
39. Понимание потребителя, типы потребителей. Типы заинтересованных сторон и цепочки поставки.
40. Потребности и покупательское поведение.
41. Восприятия товаров-новинок. Выгоды, движущие поступками людей
42. Понятие продукта и его анализ. Сущность товара.
43. Жизненный цикл продукта и уникальные достоинства.
44. Формирование конкурентоспособности товара.
45. Портфель товаров. Матрица БКГ. Разработка новых товаров.
46. Определение цены и ценности товара.
47. Роль финансовой информации в управлении процессами и ресурсами.
48. Принципы и соглашения, действующие в области учёта: консерватизм, принцип действующего предприятия, принцип постоянства, принцип соответствия.
49. Основное балансовое уравнение. Отчет о движении денежных средств. Отчет о прибылях и убытках: постоянные активы, текущие активы, текущие обязательства.
50. Бюджетный процесс, пирамида целей, методы разработки бюджета.
51. Прогноз прибыли.
52. Бюджетный контроль, определение и анализ отклонений от бюджета. Человеческий фактор при составлении бюджета, стили управления.
53. Затраты и ценообразование. Понимание затрат, поведение затрат, типы затрат, прямые и косвенные затраты, постоянные и переменные затраты.
54. Методы включения затрат на себестоимость, центры ответственности, метод ABC.
55. Использование анализа маржинальной прибыли для принятия решения.
56. Риски предпринимательства в финансовой сфере.

6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Рабочая программа дисциплины «Бизнес-модели предпринимательской деятельности»
2. Инструкция по работе с информационно-справочными системами
3. Задания, приведенные в литературе и порядок их выполнения (по заданию преподавателя)
4. «Бизнес-модели предпринимательской деятельности» [Электронный ресурс] Учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по всем направлениям и специальностям /сост. О.Ю.Абашева ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА. – Ижевск, 2020г. <http://portal.izhgsha.ru>

6.1 Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля

6.1.1 Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля (очная форма обучения)

| № п/п | Раздел дисциплины (модуля), темы раздела | Все го часов | Содержание самостоятельной работы | Форма контроля |
|-------|--|--------------|---|--------------------------|
| 1 | Тема 1. Теоретические основы бизнес-моделирования. Бизнес – модель как основа построения бизнеса | 5 | Работа с учебной литературой, подготовка к лекции | Экспресс-опрос на лекции |
| 2 | Тема 2. Разработка бизнес-плана предприятия. | 5 | Работа с учебной литературой, подготовка к лекции | Экспресс-опрос на лекции |
| 3 | Тема 3. Стратегические цели и конкурентные преимущества. Стратегия и рост компании. | 5 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 4 | Тема 4. Оценка эффективности стратегии. Корректировка целей и план достижения результатов. Цепочка ценности | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 5 | Тема 5. Проектирование системы управления. Организационная структура компании. | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 6 | Тема 6. Планирование и контроль. Принятие решений. | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 7 | Тема 7. Управление маркетингом: понимание потребителей, сегментация и нацеливание. | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 8 | Тема 8. Развитие и запуск новых продуктов (услуг). | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 9 | Тема 9. Продвижение и распределение продуктов, управление продажами | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 10 | Тема 10. Финансовый менеджмент: основные формы финансовой отчетности, бюджетирование, управление затратами и достижение безубыточности | 6 | Работа с учебной литературой, подготовка выводов Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 11 | Итого | 56 | | |

6.1.2 Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля (заочная форма обучения)

| № п/п | Раздел дисциплины (модуля), темы раздела | Все го часов | Содержание самостоятельной работы | Форма контроля |
|-------|--|--------------|---|--------------------------|
| 1 | Тема 1. Теоретические основы бизнес-моделирования. Бизнес – модель как основа построения бизнеса | 5 | Работа с учебной литературой, подготовка к лекции | Экспресс-опрос на лекции |
| 2 | Тема 2. Разработка бизнес-плана предприятия. | 5 | Работа с учебной литературой, подготовка к лекции | Экспресс-опрос на лекции |

| | | | | |
|----|--|-----------|---|------------------|
| 3 | Тема 3. Стратегические цели и конкурентные преимущества. Стратегия и рост компании. | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 4 | Тема 4. Оценка эффективности стратегии. Корректировка целей и план достижения результатов. Цепочка ценности | 7 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 5 | Тема 5. Проектирование системы управления. Организационная структура компании. | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 6 | Тема 6. Планирование и контроль. Принятие решений. | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 7 | Тема 7. Управление маркетингом: понимание потребителей, сегментация и нацеливание. | 8 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 8 | Тема 8. Развитие и запуск новых продуктов (услуг). | 5 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 9 | Тема 9. Продвижение и распределение продуктов, управление продажами | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 10 | Тема 10. Финансовый менеджмент: основные формы финансовой отчетности, бюджетирование, управление затратами и достижение безубыточности | 4 | Работа с учебной литературой, подготовка выводов Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 11 | Итого | 58 | | |

6.1.3 Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля (очно-заочная форма обучения)

| № п/п | Раздел дисциплины (модуля), темы раздела | Все го часов | Содержание самостоятельной работы | Форма контроля |
|-------|---|--------------|---|--------------------------|
| 1 | Тема 1. Теоретические основы бизнес-моделирования. Бизнес – модель как основа построения бизнеса | 5 | Работа с учебной литературой, подготовка к лекции | Экспресс-опрос на лекции |
| 2 | Тема 2. Разработка бизнес-плана предприятия. | 5 | Работа с учебной литературой, подготовка к лекции | Экспресс-опрос на лекции |
| 3 | Тема 3. Стратегические цели и конкурентные преимущества. Стратегия и рост компании. | 5 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 4 | Тема 4. Оценка эффективности стратегии. Корректировка целей и план достижения результатов. Цепочка ценности | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 5 | Тема 5. Проектирование системы управления. Организационная структура компании. | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 6 | Тема 6. Планирование и кон- | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |

| | | | | |
|----|--|-----------|---|------------------|
| | троль. Принятие решений. | | | |
| 7 | Тема 7. Управление маркетингом: понимание потребителей, сегментация и нацеливание. | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 8 | Тема 8. Развитие и запуск новых продуктов (услуг). | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 9 | Тема 9. Продвижение и распределение продуктов, управление продажами | 6 | Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 10 | Тема 10. Финансовый менеджмент: основные формы финансовой отчетности, бюджетирование, управление затратами и достижение безубыточности | 6 | Работа с учебной литературой, подготовка выводов Решение задач по теме | Проверка заданий |
| 11 | Итого | 56 | | |

Примечание.

Для самостоятельной работы используются следующие материалы

- «Бизнес-модели предпринимательской деятельности» [Электронный ресурс] Учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по всем направлениям и специальностям /сост. О.Ю.Абашева ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА. – Ижевск, 2020г.

<http://portal.izhgsha.ru>

6.2 Методическое обеспечение для аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы

Перечень вопросов для компьютерного тестирования:

Вопрос 1: Планирование это:

1 Функция управления по определению будущих целей, пропорций и ресурсов функционирования организации

2 Функция управления по определению будущих пропорций и ресурсов функционирования организации

3 Функция управления по определению будущих ресурсов функционирования организации, необходимых для достижения поставленных целей

Вопрос 2: Стратегический план это:

1 Долгосрочный план, предусматривающий набор перспективных целей, формирование миссии и стратегий деятельности организации

2 Перспективный план, предусматривающий формирование миссии, перспективных целей и набор альтернативных вариантов поведения (стратегий) организации на каждый из возможных вариантов развития её внешней среды.

3 План поведения организации в среде окружения . Разрабатывается как правило на год.

Вопрос 3: Бизнес -план это:

1 Набор мероприятий, предусматривающий последовательность, сроки выполнения работ и исполнителей. Является частью перспективного плана

2 Документ, предназначенный для детализации и обоснования приемлемости стратегических изменений в бизнесе, связанных с затратами инвестиционных ресурсов

3 Документ, предназначенный для детализации и обоснования приемлемости отдельных стратегических изменений в бизнесе

Вопрос 4: Предметом бизнес-планирования являются

1 Любой субъект предпринимательской среды: фирмы, банки, страховые и трастовые компании, инвестиционные структуры

2 Отдельные стратегические изменения в бизнесе, представленные в виде инвестиционных и инновационных проектов

3 Отдельные бизнес-единицы организации

Вопрос 5: Место бизнес -плана в системе планов предприятия:

1 Бизнес-план является частью стратегического плана предприятия)

2 Бизнес -план входит в состав инновационных и инвестиционных планов предприятия

3 Является тактическим текущим планом деятельности организации

Примеры контрольных работ:

Вариант контрольной работы № 1 (10 вопросов)

Для каждой ситуации выберите один вариант ответа — да или нет:

- а) демографические факторы не оказывают влияния на восприятие покупателем цены товара;
- б) субъективное восприятие покупателем цены не может соответствовать субъективному восприятию качества товара;
- в) при определении рыночной стоимости товара необходимо учитывать качество товара, его потребительскую стоимость, степень новизны;
- г) автономность предприятия в вопросах назначения цены зависит от существующего в стране законодательства, уровня конкуренции и степени озабоченности потребителя;
- д) если основной конкурент снизил цену на товар, предприятие должно поступить так же;
- е) если коэффициент эластичности меньше единицы, можно с помощью изменения цены увеличить объем продаж;
- ж) предприятие может пойти на временное снижение цен для реализации товарных запасов;
- з) предприятие должно постоянно изучать рынок и адаптировать к нему цены на товар;
- и) при установлении цены не учитывается момент покупки товара;
- к) возможны варианты, когда слишком низкая цена товара может оттолкнуть покупателя.

Перечень заданий к выполнению расчетно-аналитической работы

Задание 1. Рассчитать цену, обеспечивающую максимально возможную прибыль, на основе анализа безубыточности при наличии данных об объеме продаж при различных вариантах цены и необходимых издержках на требуемый объем производства и реализации продукции, приведенных в таблице 1.

Определить уровень цены для достижения целевой прибыли 0,2 млн.руб.

Указать границы эффективной деятельности при помощи графического метода анализа изменения денежной выручки и валовых издержек в зависимости от объема продаж.

Таблица 1- Исходная информация

| Цена за единицу, тыс.руб. | Объем продаж, т | Постоянные издержки, тыс.руб. | Переменные издержки, тыс.руб. |
|---------------------------|-----------------|-------------------------------|-------------------------------|
| 15 | 0 | 1000 | 1000 |
| 14 | 100 | 1000 | 1500 |
| 13 | 200 | 1000 | 1950 |
| 12 | 300 | 1000 | 2225 |
| 11 | 400 | 1000 | 2750 |
| 10 | 500 | 1000 | 3025 |
| 9 | 600 | 1000 | 3350 |
| 8 | 700 | 1000 | 3800 |
| 7 | 800 | 1000 | 4400 |

| | | | |
|---|------|------|------|
| 6 | 900 | 1000 | 5300 |
| 5 | 1000 | 1000 | 6200 |

Задание 2.

Цена товара по контракту – 1.2 млн. руб. Рассчитайте изменение цены товара, предусмотренное контрактом, если с момента подписания контракта до момента реализации товара заработная плата увеличилась со 1250 до 240 тыс. руб., стоимость сырья – со 120 до 170 тыс. руб., стоимость энергоносителей – со 130 до 190 тыс. руб., все остальные переменные расходы остались неизменными, при этом доля заработной платы в структуре себестоимости товара составляет 25%, доля сырья и энергоносителей 18% и 22% соответственно

В расчетах можно использовать следующую формулу:

$$\text{Цт.и.} = \text{Цт.к.} * \sum \frac{\text{Зи.}}{\text{Зк.}},$$

Задание 3. Укажите метод формирования бюджета рекламной кампании в следующих примерах:

- 1) основной конкурент поместил три цветных рекламы на целую полосу в журнале «Наш дом». Предприятию необходимо выделить достаточно средств для публикации аналогичного количества рекламных сообщений;
- 2) совокупный объем продаж предприятия в прошлом году составил 300 тыс. дол. США, а ожидаемый объем продаж в текущем году — 400 тыс. дол. Целесообразно определить бюджет рекламы в размере 5% от объема продаж прошлого и текущего года;
- 3) какую сумму мы можем в случае необходимости выделить на рекламу, станет ясно после распределения затрат;
- 4) предприятию необходимо воздействовать на 75% жителей пригорода, приезжающих на работу в город в пределах 80 км. С этой целью необходимо разместить рекламу на местном радио с 6 до 8 ч утра и с 4 до 6 ч вечера, которая стоит 3700 дол. Поскольку у предприятия не хватает средств для того, чтобы оплатить рекламу полностью, придется сократить вечернее время на один час.

Задание 4. Определить эффективность продаж, если вы планируете открыть торговую точку. Вероятность покупок приведена в таблице 2. Стоимость одной покупки 200...250 руб. Наценка на товар в розничной торговле принята 20%.

Таблица 2- Вероятность покупок

| Показатель | Варианты | | | | |
|-------------------------------------|----------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Число покупателей в сутки, чел.: | | | | | |
| 300 | 0,6 | 0,3 | 0,4 | 0,7 | 0,3 |
| 500 | 0,4 | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 0,4 |
| 1000 | 0,2 | 0,3 | 0,6 | 0,3 | 0,5 |
| 2. Расходы на продажу в сутки, руб. | 3000 | 2500 | 2000 | 1800 | 2300 |

Задание 5. Сравнить преимущества и недостатки реализации продукции предприятия через оптовую и розничную торговлю; торговых агентов и биржу; по каталогам и на рынке; работникам своего предприятия и других предприятий ; через собственную дилерскую сеть и по бартеру

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (представлен в приложении 1)

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

| № п/п | Наименование | Автор(ы) | Год и место издания | Используется при изучении разделов | Семестр | Количество экземпляров | |
|-------|---|---|---|------------------------------------|---------|--|------------|
| | | | | | | в библиотеке | на кафедре |
| 1 | Методы бизнес-прогнозирования [Электронный ресурс] : учеб.пособие | Рунова, Л.П. | Южный федеральный ун-т, Л.П. Рунова .— Ростов н/Д. : Изд-во ЮФУ, 2018 | 1,2 | 2 | Режим доступа: https://lib.rucont.ru/efd/692406 | |
| 2 | Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учеб.пособие | А.Е. Кисова, А.А. Шпиганович, Е.В. Богомолова | Липецк: Изд-во Липецкого государственного технического университета, 2019 | 1,2 | 2 | Режим доступа: https://lib.rucont.ru/efd/710364 | |

8.2 Дополнительная литература

| № п/п | Наименование | Автор(ы) | Год и место издания | Используется при изучении разделов | Семестр | Количество экземпляров |
|-------|--|----------------|--|------------------------------------|---------|---|
| 1 | Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учеб. пособие | Т.С. Кравченко | Орёл : Изд-во ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, 2016 | 1,2 модули | 2 | https://lib.rucont.ru/efd/569557 |
| 2 | Маркетинг [Электронный ресурс] / А.А. Степанов | Степанов, А.А. | М. : Издательство "Перо", 2019 | 1,2 модули | 2 | Режим доступа : https://lib.rucont.ru/efd/714065 |

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Сайт <http://pravo.gov.ru>

Журналы по экономическим наукам - <http://www.medien.ru/ekonomicheskie-zhurnaly#ego1>

Сайт Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru/minec/main>

Сайт Министерства экономики УР - <http://economy.udmurt.ru/>

Бесплатная консультационная служба: оперативная экономико-правовая информация, новые нормативные документы с комментариями и разъяснениями www.akdi.ru;

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Перед изучением дисциплины студенту необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, размещенной на портале и просмотреть основную литературу, приведенную в рабочей программе в разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины». Книги, размещенные в электронно-библиотечных системах доступны из любой точки, где имеется выход в «Интернет», включая домашние компьютеры и устройства, позволяющие работать в сети «Интернет». Если выявили проблемы доступа к указанной литературе, обратитесь к преподавателю (либо на занятиях, либо через портал академии).

Для изучения дисциплины необходимо иметь чистую тетрадь, объемом не менее 48 листов для выполнения заданий. Перед началом занятий надо бегло повторить материал из курсов дисциплин «Статистика», «Микроэкономика (продвинутый уровень)», «Макроэкономика (продвинутый уровень)», «Маркетинг», «Стратегический анализ». «Маркетинг». Для изучения дисциплины необходимо найти в справочно-консультационной системе «Консультант-плюс» (доступ свободный с портала академии) Федеральные законы «О государственном стратегическом планировании», «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации», «О защите прав потребителей» и ознакомиться с ними.

Для эффективного освоения дисциплины рекомендуется посещать все виды занятий в соответствии с расписанием и выполнять все домашние задания в установленные преподавателем сроки. В случае пропуска занятий по уважительным причинам, необходимо подойти к преподавателю и получить индивидуальное задание по пропущенной теме.

Полученные знания и умения в процессе освоения дисциплины студенту рекомендуется применять для решения своих задач, не обязательно связанных с программой дисциплины.

Владение компетенциями дисциплины в полной мере будет подтверждаться Вашим умением ставить конкретные задачи по экономической оценке инвестиций, а также выявлять существующие проблемы.

Полученные при изучении дисциплины знания, умения и навыки рекомендуется использовать при выполнении курсовых и выпускных квалификационных работ, а также на производственных практиках.

11 Образовательные технологии

Применение мультимедийного оборудования на лекциях. компьютерных программ MICROSOFT OFFICE, справочно- информационных систем для самостоятельной работы.

12 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях (6 часов)

Таблица 6.1 - **Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях**

| Инновационная модель обучения | Характеристика интерактивной образовательной модели |
|--------------------------------------|--|
| Контекстное обучение | Научно-практический подход |

| | |
|-------------------------|--|
| Имитационное обучение | Методологический и методический подход к чтению лекций и преподаванию практических занятий отчетности. |
| Проблемное обучение | Чтение проблемных лекций, научно-прикладной подход. |
| Информационное обучение | Использование современных информационных средств и технологий. |

13 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Поиск информации в глобальной сети Интернет

Работа в электронно-библиотечных системах

Работа в ЭИОС вуза (работа с порталом и онлайн-курсами в системе moodle.izhgsha.ru)

Мультимедийные лекции

Работа в компьютерном классе

Компьютерное тестирование

При изучении учебного материала используется комплект лицензионного программного обеспечения следующего состава:

1. Операционная система: Microsoft Windows 10 Professional. Подписка на 3 года. Договор № 9-БД/19 от 07.02.2019. Последняя доступная версия программы. Astra Linux Common Edition. Договор №173-ГК/19 от 12.11.2019 г.

2. Базовый пакет программ Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). Microsoft Office Standard 2016. Бессрочная лицензия. Договор №79-ГК/16 от 11.05.2016. Microsoft Office Standard 2013. Бессрочная лицензия. Договор №0313100010014000038-0010456-01 от 11.08.2014. Microsoft Office Standard 2013. Бессрочная лицензия. Договор №26 от 19.12.2013. Microsoft Office Professional Plus 2010. Бессрочная лицензия. Договор №106-ГК от 21.11.2011. Р7-Офис. Договор №173-ГК/19 от 12.11.2019 г.

3. Информационно-справочная система (справочно-правовая система) «КонсультантПлюс». Соглашение № ИКП2016/ЛСВ 003 от 11.01.2016 для использования в учебных целях бессрочное. Обновляется регулярно. Лицензия на все компьютеры, используемые в учебном процессе.

4. «1С:Предприятие 8 через Интернет для учебных заведений» (<https://edu.1cfresh.com/>) со следующими приложениями: 1С: Бухгалтерия 8, 1С: Управление торговлей 8, 1С:ERP Управление предприятием 2, 1С: Управление нашей фирмой, 1С: Зарплата и управление персоналом. Облачный сервис.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам:

Информационно-справочная система (справочно-правовая система) «Консультант-Плюс».

14. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

| | |
|--------|--|
| Лекции | Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: переносной компьютер, проектор, доска, экран, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий. |
|--------|--|

| | |
|---|---|
| Практические занятия | Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (практических занятий), укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: переносной компьютер, проектор, доска, экран. |
| Самостоятельная работа | Помещение для самостоятельной работы. Помещение оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации. |
| Общее помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования | Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. |

Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине **«Бизнес-модели предпринимательской деятельности»**
(приложение к рабочей программе дисциплины)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

1.1 Паспорт фонда оценочных средств

| Название раздела | Код контролируемой компетенции (или её части) | Оценочные средства для проверки знаний (1-й этап) | Оценочные средства для проверки умений (2-й этап) | Оценочные средства для проверки владений (навыков) (3-й этап) |
|--|---|---|---|---|
| Тема 1. Теоретические основы бизнес-моделирования. Бизнес – модель как основа построения бизнеса | ПК-8, ПК-12 | Тесты 1 2 3 | Вопросы 1 2-3 4-5 | Задание 1 |
| Тема 2. Разработка бизнес-плана предприятия. | ПК-8, ПК-12 | Тесты 4 5 6-7 | Вопросы 6 7 8 | Задание 2 |
| Тема 3. Стратегические цели и конкурентные преимущества. Стратегия и рост компании. | ПК-8, ПК-12 | Тесты 8 9-10 11-14 | Вопросы 9 10-11 12-13 | Задание 3 |
| Тема 4. Оценка эффективности стратегии. Корректировка целей и план достижения результатов. Цепочка ценности | ПК-8, ПК-12 | Тесты 15 16 17 | Вопросы 14 15 16 | Задание 4 |
| Тема 5. Проектирование системы управления. Организационная структура компании. | ПК-8, ПК-12 | Тесты 18 19 20 | Вопросы 17 18 19 | Задание 5 |
| Тема 6. Планирование и контроль. Принятие решений. | ПК-8, ПК-12 | Тесты 21 22-23 24-26 | Вопросы 20 21 22 | Задание 6 |
| Тема 7. Управление маркетингом: понимание потребителей, сегментация и нацеливание. | ПК-8, ПК-12 | Тесты 27 28 29 | Вопросы 23 24-25 26-27 | Задание 7 |
| Тема 8. Развитие и запуск новых продуктов (услуг). | ПК-8, ПК-12 | Тесты 30 31 32 | Вопросы 28 29-30 31-32 | Задание 8 |
| Тема 9. Продвижение и распределение продуктов, управление продажами | ПК-8, ПК-12 | Тесты 34 35 36 | Вопросы 33 34 35 | Задание 9 |
| Тема 10. Финансовый менеджмент: основные формы финансовой отчетности, бюджетирование, управление затратами и достижение безубыточности | ПК-8, ПК-12 | Тесты 37 38 39-40 | Вопросы 36 37-38 39-40 | Задание 11 |

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В процессе освоения дисциплины студент осваивает и развивает следующие компетенции:

- аналитическая деятельность: способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне (ПК-8);
- способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности (ПК-12).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микро- и макроуровне. Ключевые факторы, влияющие на возможности развития бизнеса.

Уметь: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий.

Владеть: методологией экономического исследования современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных, разрабатывать бизнес-модели в сфере экономики и бизнеса с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и других ограничений

Таблица 1.2 – Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы по направлению подготовки 38.04.01 – Экономика. Дисциплина «Бизнес-модели предпринимательской деятельности»

| Наименование дисциплины | Этапы формирования профессиональных компетенций | | | | | |
|--|---|----------|----------|---------|----------|----------|
| | ПК-8 | | | ПК-12 | | |
| Этапы формирования компетенции | Знать | Уметь | Владеть | Знать | Уметь | Владеть |
| Бизнес-модели предпринимательской деятельности | Этап №1 | Этап № 2 | Этап № 3 | Этап №1 | Этап № 2 | Этап № 3 |

Таблица 1.3 - Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

| Но- мер/индекс компетен- ции | Содержание ком- петенции (или ее части) | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны: | | |
|---------------------------------------|--|--|--|---|
| | | Этап №1 Знать | Этап № 2 Уметь | Этап № 3 Владеть |
| ПК-8 | аналитическая деятельность: способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макро-уровне | -теоретическую базу методики планирования, прогнозирования и программирования развития экономики и бизнеса - технологию бизнес-планирования , - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами - основные характеристики инновационного подхода к повышению эффективности предпринимательской деятельности | - использовать при оценке перспектив развития бизнеса количественные и качественные методы; - отобрать нужные показатели для оценки предпринимательской деятельности и формирования бизнес-модели. - готовить аналитические материалы по результатам исследования - оценивать состояние прогнозного фона. | - навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; - методами, способами и приемами разработки альтернативных вариантов бизнес-моделей предпринимательской деятельности, предлагать решения проблем с учетом фактора неопределенности ; - методикой расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих параметры развития бизнеса. |
| ПК-12 | способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности | - результаты деятельности организации с точки зрения финансовых показателей; - показатели анализа эффективности развития экономики и бизнеса; - основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих конку- | -анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макро-уровн - выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций - предлагать способы их решения с учетом критери- | - методологией экономического исследования современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; - разрабатывать проекты в сфере экономики и бизнеса с учетом нормативно- |

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | <p>рентоспособность деятельности хозяйствующих субъектов на микро- и макро- уровне.</p> | <p>ев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий - адаптировать лучшие практики зарубежного и отечественного управления в области бизнес-моделирования к конкретной ситуации</p> | <p>правовых, ресурсных, административных и других ограничений - методами и приемами оформления результатов анализа и обработки данных, составления по этим результатам специальных методических рекомендаций по разработке бизнес-модели предпринимательской деятельности с целью принятия решений</p> |
|--|--|---|--|--|

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Показателями уровня освоенности компетенций на всех этапах их формирования являются:

1-й этап (уровень знаний):

- Умение отвечать на основные вопросы и тесты на уровне понимания сути – удовлетворительно (3).
- Умение грамотно рассуждать по теме задаваемых вопросов – хорошо (4)
- Умение формулировать проблемы по сути задаваемых вопросов – отлично (5)

2-й этап (уровень умений):

- Умение решать простые задачи с незначительными ошибками - удовлетворительно (3).
- Умение решать задачи средней сложности – хорошо (4).
- Умение решать задачи повышенной сложности, самому ставить задачи – отлично (5).

3-й этап (уровень владения навыками):

- Умение формулировать и решать задачи из разных разделов с незначительными ошибками - удовлетворительно (3).
- Умение находить проблемы, решать задачи повышенной сложности – хорошо (4).
- Умение самому ставить задачи, находить недостатки и ошибки в решениях – отлично (5).

Таблица 1.4 – Показатели и критерии определения уровня сформированности компетенций

| Код Компетенции | Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО | Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования | Показатели результатов обучения по уровням освоения материала | | |
|-----------------|--|---|---|--|--|
| | | | Удовлетворительно | Хорошо | Отлично |
| ПК-8 | аналитическая деятельность: способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и приня- | Знать (1 этап): -теоретическую базу методики планирования, прогнозирования и программирования развития экономики и бизнеса - технологию бизнес-планирования , - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и | -теоретическую базу методики планирования, прогнозирования и программирования развития экономики и бизнеса - количественные и качественные методы для прове- | -теоретическую базу методики планирования, прогнозирования и программирования развития экономики и бизнеса - технологию бизнес-планирования , - количественные и качественные методы для | -теоретическую базу методики планирования, прогнозирования и программирования развития экономики и бизнеса - технологию бизнес-планирования , - количественные и качественные методы для проведения прикладных ис- |

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| тия стратегических решений на микро- и макроуровне | управления бизнес-процессами на микро- и макроуровне - основные характеристики инновационного подхода к повышению эффективности предпринимательской деятельности | ведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами на микро- и макроуровне | проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами на микро- и макроуровне | следований и управления бизнес-процессами на микро- и макроуровне - основные характеристики инновационного подхода к повышению эффективности предпринимательской деятельности |
| | Уметь (2 этап): - использовать при оценке перспектив развития бизнеса количественные и качественные методы; - отобрать нужные показатели для оценки предпринимательской деятельности и формирования бизнес-модели. - готовить аналитические материалы по результатам исследования - оценивать состояние прогнозного фона. | - использовать при оценке перспектив развития бизнеса количественные и качественные методы; | - использовать при оценке перспектив развития бизнеса количественные и качественные методы; - отобрать нужные показатели для оценки предпринимательской деятельности и формирования бизнес-модели. | - использовать при оценке перспектив развития бизнеса количественные и качественные методы; - отобрать нужные показатели для оценки предпринимательской деятельности и формирования бизнес-модели. - готовить аналитические материалы по результатам исследования - оценивать состояние прогнозного фона. |
| | Владеть (3 этап): - навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; - методами, способами и приемами разработки альтернативных вариантов бизнес-моделей предпринимательской деятельности, предлагать решения проблем с учетом фактора неопределенности ; | - навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; | - навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; - методикой расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих параметры развития бизнеса. | - навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; - методами, способами и приемами разработки альтернативных вариантов бизнес-моделей предпринимательской деятельности, предлагать решения проблем с учетом фактора |

| | | | | | |
|-------|--|---|--|---|---|
| | | - методикой расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих параметры развития бизнеса. | | | неопределенности ; - методикой расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих параметры развития бизнеса. |
| ПК-12 | способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности | Знать (1 этап): - результаты деятельности организации с точки зрения финансовых показателей; - показатели анализа эффективности развития экономики и бизнеса; - основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих конкурентоспособность деятельности хозяйствующих субъектов на микро- и макроуровне. | - результаты деятельности организации с точки зрения финансовых показателей; | - результаты деятельности организации с точки зрения финансовых показателей; - показатели анализа эффективности развития экономики и бизнеса; | - результаты деятельности организации с точки зрения финансовых показателей; - показатели анализа эффективности развития экономики и бизнеса; - основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих конкурентоспособность деятельности хозяйствующих субъектов на микро- и макроуровне. |
| | | Уметь (2 этап): - анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне - выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций - предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффек- | - анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне - выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций - предлагать способы их решения с учетом критериев соци- | - анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне - выявлять проблемы экономического характера при анализе конкрет-ных ситуаций - предлагать способы их решения с учетом | - анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне - выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций - предлагать способы их решения с учетом |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | <p>тивности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <ul style="list-style-type: none"> - адаптировать лучшие практики зарубежного и отечественного управления в области бизнес-моделирования к конкретной ситуации | критических ситуаций | критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий | <p>экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <ul style="list-style-type: none"> - адаптировать лучшие практики зарубежного и отечественного управления в области бизнес-моделирования к конкретной ситуации |
| | | <p>Владеть (3 этап):</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологией экономического исследования современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; - современными методами компьютерной обработки данных и типовыми методами расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих экономическую деятельность; - разрабатывать проекты в сфере экономики и бизнеса с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и других ограничений | <ul style="list-style-type: none"> - методологией экономического исследования современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; | <ul style="list-style-type: none"> - методологией экономического исследования современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; - современными методами компьютерной обработки данных и типовыми методами расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих экономическую деятельность; | <ul style="list-style-type: none"> - методологией экономического исследования современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; - современными методами компьютерной обработки данных и типовыми методами расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих экономическую деятельность; - разрабатывать проекты в сфере экономики и бизнеса с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и других ограничений |

На основании приведенных показателей уровня освоенности компетенций на всех этапах их формирования определяется методика оценивания уровня сформированности компетенций в целом по дисциплине:

- оценка «удовлетворительно» ставится студенту, посредством (неплохо – однако имеются серьезные недочеты, результаты удовлетворяют минимальным требованиям) овладевшему элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть проявившему знания, умения и владения по основному программному материалу по дисциплине «Бизнес-модели предпринимательской деятельности »» в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности, знакомому с основной рекомендованной литературой, допускающему неточности в соответствующих ответах на экзамене;

- оценка «хорошо» ставится студенту, овладевшему (хорошо – в целом серьезная работа, но с рядом замечаний, очень хорошо – выше среднего уровня, но с некоторыми недочетами) элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть проявившему полные знания, умения и владения по всему программному материалу по дисциплине «Бизнес-модели предпринимательской деятельности »», освоившему основную рекомендуемую литературу, показавшему стабильный характер знаний, умений, навыков и способному к их самостоятельному применению, обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности;

- оценка «отлично» ставится студенту овладевшему (показавшему блестящие результаты с незначительными недочетами) элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть проявившему глубокие знания, всестороннее умение и владение навыками по всему программному материалу по дисциплине «Бизнес-модели предпринимательской деятельности »», освоившему основную и дополнительную литературу, показавшему творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании усвоенных знаний, приобретенных умений и навыков.

- оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, не овладевшему (требуется выполнение некоторой дополнительной работы или значительного объема работы, либо повтора курса в установленном порядке, либо основание для отчисления) элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть допустившему существенные проблемы в знаниях, умениях и навыках по основному программному материалу по дисциплине «Бизнес-модели предпринимательской деятельности » не, которые не позволяют ему продолжить обучение без дополнительной подготовки по данной дисциплине;

- оценка «зачтено» соответствует критериям оценок от «удовлетворительно» до «отлично»;

- оценка «не зачтено» соответствует критериям оценки «неудовлетворительно».

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1 Тестовые задания, необходимые для контроля знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций студентов по дисциплине «Бизнес-модели предпринимательской деятельности »

1: Планирование это:

- Функция управления по определению будущих целей, пропорций и ресурсов функционирования организации

- ния организации

- Функция управления по определению будущих ресурсов функционирования организации, необходимых для достижения поставленных целей

2: Стратегический план это:

- Долгосрочный план, предусматривающий набор перспективных целей, формирование миссии и стратегий деятельности организации

-Перспективный план, предусматривающий формирование миссии, перспективных целей и набор альтернативных вариантов поведения (стратегий) организации на каждый из возможных вариантов развития её внешней среды.

- План поведения организации в среде окружения. Разрабатывается как правило на год.

3: Бизнес -план это:

- Набор мероприятий, предусматривающий последовательность, сроки выполнения работ и исполнителей. Является частью перспективного плана

- Документ, предназначенный для детализации и обоснования приемлемости стратегических изменений в бизнесе, связанных с затратами инвестиционных ресурсов

- Документ, предназначенный для детализации и обоснования приемлемости отдельных стратегических изменений в бизнесе

4: Предметом бизнес-планирования являются

- Любой субъект предпринимательской среды: фирмы, банки, страховые и трастовые компании, инвестиционные структуры

- Отдельные стратегические изменения в бизнесе, представленные в виде инвестиционных и инновационных проектов

- Отдельные бизнес-единицы организации

5: Место бизнес -плана в системе планов предприятия:

- Бизнес-план является частью стратегического плана предприятия)

- Бизнес -план входит в состав инновационных и инвестиционных планов предприятия

- Является тактическим текущим планом деятельности организации В

6: В каком разделе необходимо представить информацию о предприятии, его производственной и финансовой Деятельности:

-в описании предприятия

-в описании отрасли

-в описании производства

-в описании рынка

- во всех перечисленных

7: Кто должен заниматься бизнес-планированием на предприятии:

-инвесторы

-ген.директор и рабочая группа специалистов

-совет директоров

-все перечисленное

-независимые консультанты совместно с менеджерами предприятия

8.Поставщик персональных компьютеров работает с юридическими лицами. Со следующего года планируется начать продажу этих компьютеров и физическим лицам. Такое решение может быть названо (по матрице Ансоффа)...

- развитие продукта

- проникновение на рынок

- полная диверсификация

- развитие рынка

9.В теории маркетинга к числу пяти основных конкурирующих сил (по М. Портеру) относят следующие... (не менее 2-х вариантов).

- потенциальные конкуренты

- влияние поставщиков

- дополняющие товары

- комплектующие изделия

10.Как правило, метод компании Boston Consulting Group – БКГ (матрица рост/доля рынка) используется для планирования...

- бюджета организации

- бизнес-портфеля предприятия

- привлекательности отрасли

- кадровой стратегии

11: При разработке концепции предприятия, что должно быть включено в данный раздел:

- только стоимостные цели
- все перечисленное
- только социальные цели
- только материальные цели.

2: Какие финансовые решения относятся к разряду основных решений (несколько вариантов) :

- формирование оборотного капитала
- оптимизация структуры капитала
- создание основного капитала
- распределение прибыли..

13: По какому плановому документу можно спрогнозировать риски:

- по плану балансов
- по плану денежных потоков
- по плану прибылей и убытков
- по всем перечисленным.

14: По каким основным сферам деятельности принимаются решения при планировании бизнеса (несколько вариантов)

- по фиксальной деятельности
- по стратегической
- по производственной
- по финансовой
- по организационной
- по инвестиционной.

15: Какие инвестиционные решения относятся к разряду основных решений:

- вложение в ценные бумаги
- создание основного капитала
- формирование оборотного капитала
- распределение прибыли

16: При определении денежного потока учитывается ли амортизация:

- да
- нет

17: Укажите первоочередные проблемы, которые влияют на финансово-хозяйственную деятельность предприятия:

- отсутствие денег
- отсутствие или неопределенность целей
- неэффективное планирование и управление финансами
- низкий уровень управления
- ненормальный подход к бизнес-планированию
- высокий уровень затрат на производство и управление
- отсутствие современных технологий и современного оборудования
- высокий уровень налогов
- отсутствие гос. Финансирования
- принятие необоснованных решений из-за отсутствия оперативной управленческой информации.

18.Служба сбыта фирмы «Мельник», работающая в Волго-Вятском регионе, имеет несколько торговых агентов. Каждый агент осуществляет продажу широкого спектра мукомольной продукции разным потребителям в пределах географии Волго-Вятского региона. Данный подход организации службы сбыта может быть определен как...

- территориальный
- рыночный
- комплексный
- товарный

19.Функциональной структурой организации службы маркетинга является...

- Структура, отвечающая многофункциональной ориентации фирмы

- Структура, базирующая на разделении маркетинговых функций между отдельными сотрудниками, группами сотрудников в службе маркетинга
- Структура, отвечающая за функции сбыта
- Структура, обеспечивающая реальное функционирование маркетинга на фирме

20. Интегрированный подход к организации маркетинговой деятельности основан на...

- рассмотрении маркетинга как основной функции фирмы
- скоординированном выполнении функций маркетинга, согласовании работы всех подразделений организации с позиций потребителей
- распределении функций маркетинга между отделом сбыта и маркетинга
- объединении усилий всех сотрудников фирмы для получения прибыли

21. Анализ текущей ситуации начинается с этапа...

- сегментирование
- прогнозирование
- анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз
- сбор информации

22. Компания «Procter & Gamble» производит несколько марок стиральных порошков, каждая из которых предназначена для удовлетворения потребителей определенного сегмента потребителей. Такая стратегия охвата рынка называется...

- концентрированный (сфокусированный) маркетинг
- недифференцированный маркетинг
- дифференцированный маркетинг
- интегрированный маркетинг

23. Для компании, использующей стратегию лидерства за счет экономии на издержках, представляет опасность следующий фактор...

- Выход конкурентов на более узкие подсегменты внутри выбранного компанией сегмента
- Технологические изменения, обесценивающие предшествующий опыт и инвестиции
- Появление товаров-имитаторов
- Привыкание потребителей к товару

24. Фабрика «Красный Октябрь», распределяя кондитерские изделия через собственные фирменные магазины, крупные супермаркеты, специализированные магазины кондитерских изделий, использует _____ распределение.

- Интенсивное
- Селективное
- Единичное
- Эксклюзивное

25. Доля фирмы на рынке определяется как отношение...

- Прибыли данной фирмы к сумме прибыли всех фирм данного товарного рынка
- Прибыли данной фирмы к сумме всех затрат на маркетинговые исследования
- Отношение доходов от продаж данной фирмы к полным затратам всех фирм данного товарного рынка
- Доходов от продаж данной фирмы к сумме доходов от продаж всех фирм данного товарного рынка, включая саму фирму

26. Ответственность за проведение стратегического контроля маркетинговой деятельности чаще всего несет ...

- Специалист по маркетингу
- Бухгалтер
- Налоговый инспектор
- Руководство компании

27. Функция «разработка нового товара», включает...(не менее 2-х вариантов).

- проектирование рекламной компании
- генерацию идей и проверку концепции товара
- разработку стратегии товародвижения
- организацию рыночного тестирования

28. К элементам комплекса маркетинга относят...(укажите не менее 2 вариантов ответа)

- Конкуренция
- Товародвижение
 - Поставщиков
- Продвижение

29.С точки зрения ценового параметра наиболее конкурентоспособным транспортным средством можно признать...

- автомобиль
- велосипед
- электричку
- самолет

30.В практике маркетинга кабинетные исследования целесообразно использовать при... (не менее 2-х вариантов).

- сборе текущей информации о реакции потребителей на новую упаковку товара
- получение новых данных о качестве обслуживания покупателей
- изучение социально-культурных факторов внешней среды маркетинга
- анализе экономической конъюнктуры как фактора внешней среды

31.Маркетинговая деятельность организации, связанная с выпуском новых товаров, включает следующие основные виды работ ... (не менее 2-х вариантов).

- производственно-технологическую
- аудиторскую
- научно-исследовательскую
- социально-культурную

32.На стадии внедрения в жизненном цикле товара прибыль у фирмы...

- практически отсутствует
- растущая
- стабильная
- высокая

33.Для того чтобы рассчитать цену на основе анализа безубыточности, необходимо знать... (не менее 2-х вариантов).

- постоянные и переменные издержки на производство товара
- отношение потребителей к товару
- уровень эластичности спроса на товар
- желаемый уровень прибыли

34.В практике маркетинга организация может использовать следующие средства представления рекламы... (не менее 2-х вариантов).

- значки, плакаты, экраны
- отзывы персонала о выпускаемой продукции
- объявления, видеоклипы
- устные выступления руководителей организации

35.Фирма реализует товар, используя канал сбыта «производитель - оптовый торговец - мелко-оптовый торговец – розничный торговец – потребитель», что соответствует виду канала сбыта...

- прямой, пятиуровневый, трехзвенный
- косвенный, трехуровневый, пятизвенный
- косвенный, пятиуровневый, трехзвенный
- прямой, трехуровневый, пятизвенный

36. Продвижение курортного города Сочи с целью частично отработать инвестиции в строительство для Олимпиады -2014 – это компетенция маркетинга...

- места
- организации
- услуги
- события

37.К постоянным издержкам при установлении цены методом анализа безубыточности можно отнести...(не менее 2-х вариантов).

- затраты на материалы
- арендную плату
- расходы на упаковку
- проценты по кредитам

38: Какой из сценариев проекта будет наиболее привлекателен для потенциального инвестора:

- NPV= 200 000 у.е PI=1,20
- NPV= 200 000 у.е PI=1,15
- NPV= 250 000 у.е PI=1,15

39. Капитальные вложения включают?

- инвестиции в основные и оборотные фонды;
- инвестиции в реновацию производственных мощностей;
- инвестиции в прирост (наращивание) производственных мощностей.

40. К числу инвесторов относятся:

- только физические лица;
- банки и страховые компании;
- физические и юридические лица, осуществляющие вложение капитала от своего имени и за свой счет или по поручению своих клиентов;
- только юридические лица.

3.2. Вопросы к зачету и индивидуальному собеседованию, необходимые для оценки знаний, умения и навыков

1. Сущность и основные принципы предпринимательства;
2. Понятие предпринимательской бизнес-идеи, источники формирования
3. Виды бизнес-моделей
4. Модели «голубого» и «алого океана»
5. Состав и характеристика ключевых компонент бизнес-модели;
6. Основные разделы бизнес-плана
7. Оценка эффективности в бизнес-плане
8. Порядок разработки бизнес-плана
9. Сущность стратегического планирования;
10. Общие стратегии по Портеру
11. Стратегии роста по Ансоффу
12. Модель конкуренции по Портеру
13. Ключевые факторы успеха
14. Понятие и модель цепочки ценности
15. Анализ цепочки ценностей, основные этапы
16. Анализ взаимосвязи состава цепочки ценности и структуры бизнеса
17. Типы организационных структур
18. Факторы, влияющие на выбор организационной структуры
19. Организационная структура маркетинга
20. Методы планирования;
21. Методика мозгового штурма;
22. Основы маркетингового управления;
23. Понятия «потребитель» и «потребность»;
24. Маркетинговые исследования, задачи, этапы
25. Модель маркетинговой смеси;
26. Методы сегментации;
27. Модель личной продажи;
28. Модель трехфакторного анализа товара;
29. Понятие портфеля товаров;
30. Оценка инновационных возможностей бизнеса
31. Порядок разработки новых товаров;
32. Жизненный цикл товара

33. Методы продвижения товаров и услуг;
34. Интегрированные маркетинговые коммуникации
35. Понятие качества и оценка конкурентоспособности ;
36. Подходы к анализу затрат и ценообразованию;
37. Методы включения затрат на себестоимость, центры ответственности, метод ABC.
38. Использование анализа маржинальной прибыли для принятия решения
39. Определение точки безубыточности и запаса безопасности
40. Оценка структуры и состава ключевых ресурсов

3.3 Примерные темы эссе, необходимые для оценки знаний, умения и возможностей развития навыков

Проблемная задача: научиться формулировать свое мнение и уметь его обосновать.

Главная цель – определение умения выделять, формулировать и идентифицировать основания конкретной проблемы, демонстрация навыков критического и логического мышления, владение категориально-понятийным аппаратом бизнес-моделирования, проявлении эрудиции. Эссе – это особый литературный и научный жанр, который (в нашем случае) предполагает размышление или комментарий от первого лица по поводу конкретной проблемы. Оно представляет собой собственную рациональную рефлексию (бук. - отражение разумом) на актуальные проблемы.

Написание эссе помогает взглянуть на конкретную проблему со стороны, дает возможность развить навыки междисциплинарного и комплексного подхода, способствует освоению системного метода.

1. История бизнес-моделирования.
2. Подход Генри Чесборо.
3. Подход Д.Дебелака
4. Подход Остервальдера и Пинье
5. Подход Чана Кима и Рене Моборна «Стратегии голубого океана»
6. Подход Сливотски
7. Подход Гэри Хэмела
8. Подход М. Джонсона, К. Кристенсена и Х.Кагерманна.
9. Подход Ларса Швайцера
10. Процессный и ценностный подходы к бизнес-моделированию

3.4. Лекция с запланированными ошибками (лекция-провокация), необходимая для оценки знаний, умения и владения навыками, характеризующих этапы формирования компетенций

При изучении темы «Планирование и контроль. Принятие решений», проводится лекция с запланированными ошибками (лекция-провокация), которая направлена на решение студентами задач, связанных с обоснованием эффективности бизнес- процессов организаций, базовыми принципами планирования. После объявления темы лекции преподаватель сообщает, что в ней будет сделано определенное количество ошибок различного типа: содержательные, методические, поведенческие и т.д.

Цель лекции, направлена на выполнение студентами задач, связанных с определением целесообразности планирования при разработке основных компонентов бизнес-модели, внимательного прослушивания и полного освоения лекционного материала.

Ожидаемые результаты: в ходе лекция с запланированными ошибками студенты должны освоить и продемонстрировать знания, умения, владение навыками выявления ошибок в лекции-провокации, способами анализа выявленных ошибок и обоснования сделанных выводов.

Ход лекции: преподаватель объявляет тему, цель, вопросы лекции, нормативные документы, сообщает, что в ней будет сделано определенное количество ошибок различного типа: содержательные, методические и т.д. В процессе изложения лекционного материала преподаватель намеренно приводит ошибочные определения экономических категорий, ошибки в выборе

участников инвестиционной деятельности. После изложения материала по каждому вопросу преподаватель спрашивает у студентов о замеченных ошибках. Студенты должны назвать ошибки. Преподаватель вместе со студентами обсуждают ошибки и вырабатывают вместе правильные определения, составляют методические рекомендации по исправлению ошибок. Такая форма работы побуждает к более качественному усвоению предложенного материала. По окончании лекции преподаватель подводит итоги лекции, отмечает и оценивает наиболее активных студентов, которые выявили намеренно допущенные ошибки.

3.5 Типовые задачи, кейсы и задания к ним, необходимые для оценки умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций

Задание 1. Рассчитать цену, обеспечивающую максимально возможную прибыль, на основе анализа безубыточности при наличии данных об объеме продаж при различных вариантах цены и необходимых издержках на требуемый объем производства и реализации продукции, приведенных в таблице 1.

Определить уровень цены для достижения целевой прибыли 0,2 млн.руб.

Указать границы эффективной деятельности при помощи графического метода анализа изменения денежной выручки и валовых издержек в зависимости от объема продаж.

Таблица 1

Исходная информация

| Цена за единицу, тыс.руб. | Объем продаж, т | Постоянные издержки, тыс.руб. | Переменные издержки, тыс.руб. |
|---------------------------|-----------------|-------------------------------|-------------------------------|
| 15 | 0 | 1000 | 1000 |
| 14 | 100 | 1000 | 1500 |
| 13 | 200 | 1000 | 1950 |
| 12 | 300 | 1000 | 2225 |
| 11 | 400 | 1000 | 2750 |
| 10 | 500 | 1000 | 3025 |
| 9 | 600 | 1000 | 3350 |
| 8 | 700 | 1000 | 3800 |
| 7 | 800 | 1000 | 4400 |
| 6 | 900 | 1000 | 5300 |
| 5 | 1000 | 1000 | 6200 |

Задание 2. Цена товара по контракту – 1.2 млн. руб. Рассчитайте изменение цены товара, предусмотренное контрактом, если с момента подписания контракта до момента реализации товара заработная плата увеличилась со 1250 до 240 тыс. руб., стоимость сырья – со 120 до 170 тыс. руб., стоимость энергоносителей – со 130 до 190 тыс. руб., все остальные переменные расходы остались неизменными, при этом доля заработной платы в структуре себестоимости товара составляет 25%, доля сырья и энергоносителей 18% и 22%. соответственно

В расчетах можно использовать следующую формулу:

$$Ц_{т.и.} = Ц_{т.к.} * \frac{\sum Д}{Зк.}$$

Задание 3. Укажите метод формирования бюджета рекламной кампании в следующих примерах:

- 1) основной конкурент поместил три цветных рекламы на целую полосу в журнале «Наш дом». Предприятию необходимо выделить достаточно средств для публикации аналогичного количества рекламных сообщений;
- 2) совокупный объем продаж предприятия в прошлом году составил 300 тыс. дол. США, а ожидаемый объем продаж в текущем году — 400 тыс. дол. Целесообразно определить бюджет рекламы в размере 5% от объема продаж прошлого и текущего года;
- 3) какую сумму мы можем в случае необходимости выделить на рекламу, станет ясно после распределения затрат;
- 4) предприятию необходимо воздействовать на 75% жителей пригорода, приезжающих па работу в город в пределах 80 км. С этой целью необходимо разместить рекламу на местном радио

с 6 до 8 ч утра и с 4 до 6 ч вечера, которая стоит 3700 дол. Поскольку у предприятия не хватает средств для того, чтобы оплатить рекламу полностью, придется сократить вечернее время на один час.

Задание 4. Определить эффективность продаж, если вы планируете открыть торговую точку. Вероятность покупок приведена в таблице 2. Стоимость одной покупки 200...250 руб. Наценка на товар в розничной торговле принята 20%.

Таблица 2 - Вероятность покупок

| Показатель | Варианты | | | | |
|-------------------------------------|----------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Число покупателей в сутки, чел.: | | | | | |
| 300 | 0,6 | 0,3 | 0,4 | 0,7 | 0,3 |
| 500 | 0,4 | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 0,4 |
| 1000 | 0,2 | 0,3 | 0,6 | 0,3 | 0,5 |
| 2. Расходы на продажу в сутки, руб. | 3000 | 2500 | 2000 | 1800 | 2300 |

Задание 5. Для каждой ситуации выберите один вариант ответа — да или нет:

- демографические факторы не оказывают влияния на восприятие покупателем цены товара;
- субъективное восприятие покупателем цены не может соответствовать субъективному восприятию качества товара;
- при определении рыночной стоимости товара необходимо учитывать качество товара, его потребительскую стоимость, степень новизны;
- автономность предприятия в вопросах назначения цены зависит от существующего в стране законодательства, уровня конкуренции и степени озабоченности потребителя;
- если основной конкурент снизил цену на товар, предприятие должно поступить так же;
- если коэффициент эластичности меньше единицы, можно с помощью изменения цены увеличить объем продаж;
- предприятие может пойти на временное снижение цен для реализации товарных запасов;
- предприятие должно постоянно изучать рынок и адаптировать к нему цены на товар;
- при установлении цены не учитывается момент покупки товара;
- возможны варианты, когда слишком низкая цена товара может оттолкнуть покупателя.

Задание 6. Анализ ситуации: Кофейня при бизнес школе всегда была прибыльной, но недавно прибыль начала падать.

Дополнительная информация

Кофейня продает два типа продукции: кофе и закуски

Продуктовая линия не изменилась

Цены на товары остались как раньше

Постоянные издержки остались как раньше

Доходы выросли

Продажи кофе в натуральном выражении не изменились

Продажи закусок в натуральном выражении выросли

В процентном выражении продажи кофе всегда были 90% (сейчас 60%), продажи закусок всегда были 10% (сейчас 40%)

Недавно закрылось университетское кафе поблизости

Маржа с продажи стаканчика кофе составляет 20 центов, маржа с продажи закуски 2 цента

Вопрос 1.

Почему кофейня теряет деньги?

Задание 7. Анализ ситуации : Клиент производит синтетические материалы разной длины и ширины. Каждый материал используется для упаковки, но все они различаются своими физическими свойствами такими, как вес, эластичность, качество и цена. На каждый материал можно наносить химическое покрытие, так что он становится более или менее защищенным от температуры, света, влаги, пара и т.д.

Вопрос 1.

Клиент интересуется, в каких пропорциях ему производить продукцию чтобы повысить прибыльность завода. Что Вы можете рассказать об оптимальной структуре производства?

Задание 8. Анализ ситуации: Производитель сока занимается переработкой фруктов в сок и его разливом в упаковки. Компания всегда разливала сок в картонные поллитровые упаковки. Недавно после исследования спроса на рынке компания купила аппарат по разливу сока в литровые пластиковые бутылки. Последние 2 года продажи росли примерно по 20% в год. Но вместе с тем прибыль компании постепенно падала. Владелец компании не может разобраться, почему. Вас наняли разобраться в причинах.

Задание 9. Анализ ситуации : Ваш клиент – расположенная в США компания-производитель печенья (печенье носит название самой фирмы). Недавно торговые сети начали производить печенье под своими торговыми марками, что является вероятной угрозой для нашего клиента.

Вопросы:

1. Оцените объемы американского рынка печенья (в долл. США).

2. Как Вы думаете, насколько велика угроза для нашего клиента выхода на рынок печенья под марками торговых сетей?

3. На основании полученной информации, какой стратегии должен следовать Ваш клиент?

Задание 10. Анализ ситуации: Наш клиент входит в Fortune 500, годовой оборот – 2,5 млрд. долл. США, мировой поставщик транспортных услуг, услуг по логистике и управлению поставками, обладающий передовыми технологиями. В продуктовый ряд входят такие группы услуг: 1) лизинг и техническая поддержка грузовиков, тракторов и прицепов корпоративным клиентам, 2) управление движением материалов и сопутствующей информации начиная потреблением сырья и заканчивая поставкой готовых товаров конечным потребителям, 3) услуги по немедленной перевозке.

Вопросы:

1. В общем и целом, какие есть пути для достижения органического роста?

2. Что Вы думаете о ситуации на рынке, с которой в данный момент сталкивается клиент? Принимая это во внимание, предложите стратегию роста.

3. Какие существуют риски при введении нового продукта?

4. Каким должен быть новый продукт, назовите его основные свойства. Какие меры по внедрению нового продукта стоит принять?

5. Если клиент захватит 1% рынка розничной торговли, на сколько увеличатся его доходы?

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Показателями уровня освоенности компетенций на всех этапах их формирования являются:

1-й этап (уровень знаний):

– Умение отвечать на основные вопросы и тесты на уровне понимания сути – удовлетворительно (3).

- Умение грамотно рассуждать по теме задаваемых вопросов – хорошо (4)

- Умение формулировать проблемы по сути задаваемых вопросов – отлично (5)

2-й этап (уровень умений):

- Умение решать простые задачи с незначительными ошибками - удовлетворительно (3).

- Умение решать задачи средней сложности – хорошо (4).

- Умение решать задачи повышенной сложности, самому ставить задачи – отлично (5).

3-й этап (уровень владения навыками):

- Умение формулировать и решать задачи из разных разделов с незначительными ошибками - удовлетворительно (3).

- Умение находить проблемы, решать задачи повышенной сложности – хорошо (4).

- Умение самому ставить задачи, находить недостатки и ошибки в решениях – отлично (5).

Критерии оценки уровня усвоения знаний, умений и навыков по результатам зачета в устной форме:

Оценка «отлично» выставляется, если дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа или с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.

Оценка «хорошо» выставляется, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен. Ответы на дополнительные вопросы логичны, однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции. При ответе на дополнительные вопросы студент начинает понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент испытывает значительные трудности в ответе на экзаменационные вопросы. Присутствует масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов. Речь неграмотна. На дополнительные вопросы студент не отвечает.

Оценка «зачтено» соответствует критериям оценок от «удовлетворительно» до «отлично».

Оценка «не зачтено» соответствует критерию оценки «неудовлетворительно».

Критерии оценки лекции с запланированными ошибками (лекция-провокация), интерактивной лекции "Ученик в роли учителя": оценка «отлично» выставляется студенту, если он: продемонстрировал способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, знания в экономической оценке инвестиций тех или иных объектов; имеет представления об объекте экономической оценки инвестиций.

Написание эссе по заданным темам производят на основе прочтения основной и дополнительной литературы, анализа Интернет-ресурсов.

Критериями оценки эссе являются: новизна текста, обоснованность выбора источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса, соблюдения требований к оформлению. Новизна текста определяет, прежде всего, самостоятельностью в постановке проблемы, формулированием нового аспекта известной проблемы, наличие авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений. Одним из критериев оценки работы является анализ использованной литературы. Определяется, привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, справки и т.д.).

Степень раскрытия сущности вопроса – наиболее важный критерий оценки работы студента над эссе. В данном случае определяется: а) соответствие плана теме эссе; б) соответствие содержания теме и плану эссе; в) обоснованность способов и методов работы с материалом, способность его систематизировать и структурировать; г) полнота и глубина знаний по теме; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). Также учитывается соблюдение требований к оформлению: насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; оценка грамотности и культуры изложения; владение терминологией; соблюдение требований к объёму эссе.

Критерии оценки эссе:

Оценка «отлично» выставляется, если в эссе обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдер-

жан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы при защите.

Оценка «хорошо» выставляется, если основные требования к эссе выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём эссе; имеются упущения в оформлении, на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. Оценка «удовлетворительно» выставляется, если в работе имеются существенные отступления от требований к эссе. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании эссе; отсутствуют выводы, допущены ошибки на дополнительные вопросы при защите.

Оценка «неудовлетворительно»: эссе представлено, но тема эссе не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или эссе не представлено студентом.

Критерии оценки при решении задач: оценка «отлично» выставляется студенту, если он, решил задачу верно, пришел к верному знаменателю, показал умение логически и последовательно аргументировать решение задачи во взаимосвязи с практической действительностью. Оценка «хорошо» ставится в том случае если задача решена верно, но с незначительными погрешностями, неточностями. Оценка «удовлетворительно» ставится, если соблюдена общая последовательность выполнения задания, но сделаны существенные ошибки в расчетах. Оценка «неудовлетворительно» ставится, если задача не выполнена.

Критерии оценки текущих тестов: если студент выполняет правильно менее 50% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «неудовлетворительно»; если студент выполняет правильно 50-70% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «удовлетворительно»; если студент выполняет правильно 71-82 % тестовых заданий, то ему выставляется оценка «хорошо»; если студент выполняет правильно 83-100% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «отлично».

Критерии оценки Доклад, сообщение - Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы «Отлично». Выступление (доклад) отличается последовательностью, логикой изложения. Легко воспринимается аудиторией. При ответе на вопросы выступающий (докладчик) демонстрирует глубину владения представленным материалом. Ответы формулируются аргументированно, обосновывается собственная позиция в проблемных ситуациях.

«Хорошо». Выступление (доклад) отличается последовательностью, логикой изложения. Но обоснование сделанных выводов не достаточно аргументировано. Неполно раскрыто содержание проблемы.

«Удовлетворительно». Выступающий (докладчик) передает содержание проблемы, но не демонстрирует умение выделять главное, существенное. Выступление воспринимается аудиторией сложно.

«Неудовлетворительно». Выступление (доклад) краткий, неглубокий, поверхностный.

Критерии оценки собеседования. Собеседование - Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.:

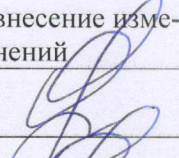
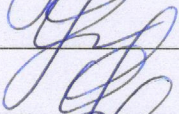
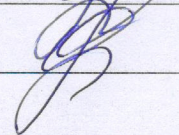
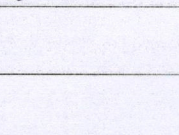
«отлично» - ставится студенту, который полно раскрыл содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложил материал грамотным языком в определенной логической последовательности; «хорошо» - ставится студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, но допускает в ответе некоторые неточности; «удовлетворительно» - ставится студенту, если неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса, недостаточно правильные формулировки базовых понятий;

«неудовлетворительно» - ставится студенту, который не раскрыл основное содержание учебного материала, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины.

Практические занятия оцениваются по самостоятельности выполнения работы, активности работы в аудитории, правильности выполнения заданий, уровня подготовки к занятиям.

Самостоятельная работа оценивается по качеству и количеству выполненных домашних работ, грамотности в оформлении, правильности выполнения.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

| Номер изменения | Номер измененного листа | Дата внесения изменения и номер протокола | Подпись ответственного за внесение изменений |
|-----------------|-------------------------|---|---|
| 1 | 17, 24-27 | 29.08.19 Пр. №1 |  |
| 2 | 17, 19, 21, 24-27 | 31.08.20 №1 |  |
| 3 | 24-27 | 20.11.2020 №4 |  |
| 4 | 17-18 | 31.08.21 №1 |  |
| 5 | | | |
| 6 | | | |
| 7 | | | |
| 8 | | | |
| 9 | | | |
| 10 | | | |