Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Горно-Алтайский государственный университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: **Основы бизнеса**
Уровень основной образовательной программы: **бакалавриат**
Рекомендуется для направления подготовки 38.03.01. Экономика
профиль подготовки «Экономика предприятий и организаций»

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО
по направлению подготовки «Экономика»
(утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от
12.11.2015 г. № 1327)
и учебного плана по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (профиль «Экономика предприятий и организаций»), утвержденного Ученым советом ГАГУ (от 24.12.2015, протокол №12).

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры менеджмента, туризма и экономической теории от 19.01.2016 протокол №6

Горно-Алтайск
2016

1 Цели и задачи дисциплины

Цель курса – формирование систематических знаний об основах организации и функционирования бизнеса.

Задачи. В ходе изучения дисциплины студент должен *знать*:

- нормативно-законодательную базу предпринимательской деятельности в РФ;
- организационно-правовые формы коммерческих организаций и основные факторы, которые определяют выбор той или иной формы организации бизнеса;
- экономические основы поведения организаций в условиях рынка;
- основные методы организации и реорганизации бизнес-процессов;

В результате изучения дисциплины студент должен *уметь*:

- находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею;
- проводить экономический анализ бизнес-идеи;
- обосновывать выбор формы учреждения предприятия.

владеть:

- навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности;
- методами расчета показателей оценки эффективности бизнес-процессов;
- методами анализа конкурентной среды отрасли.

2 Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Основы бизнеса» относится к вариативной части профессионального цикла (Б.1.В.ДВ 8).

Для освоения дисциплины «Основы бизнеса» обучающиеся используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения предмета «Микроэкономика».

Освоение дисциплины «Основы бизнеса» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Основы бизнеса», «Хозяйственное право», «Бизнес-планирование», «Рынок ценных бумаг».

Междисциплинарные связи разделов и (или) тем дисциплины с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	Наименование разделов (темы) данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин						
		Понятие и сущность бизнеса	Концепции и родовые признаки бизнеса	Система современного бизнеса	Организационно-правовые формы бизнеса	Направления деятельности в фирме	Риски в бизнесе	Ликвидация и реорганизация предпринимательской фирмы
1	Микроэкономика	+	+					
2	Основы бизнеса			+		+		
3	Хозяйственное право				+			+
4	Бизнес-планирование					+	+	

5	Рынок ценных бумаг				+			

3 Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-6).

- способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность (ОПК-4).

В результате освоения содержания дисциплины студент должен:

знать:

- нормативно-законодательную базу предпринимательской деятельности в РФ;
- организационно-правовые формы коммерческих организаций и основные факторы, которые определяют выбор той или иной формы организации бизнеса;
- экономические основы поведения организаций в условиях рынка;
- основные методы организации и реорганизации бизнес-процессов.

уметь:

- находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею;
- проводить экономический анализ бизнес-идеи;
- обосновывать выбор формы учреждения предприятия.

владеть:

- навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности;
- методами расчета показателей оценки эффективности бизнес-процессов;
- методами анализа конкурентной среды отрасли.

4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц

Вид учебной работы	Всего часов / зачетных единиц	Семестр
		2
Аудиторные занятия (всего)	52/1,44	52/1,44
В том числе:	-	-
Лекции	26/0,72	26/0,72
Практические (П)	26/0,72	26/0,72
Самостоятельная работа (всего)	56/1,56	56/1,56
Вид аттестации (экзамен)	36/1	36/1
Общая трудоемкость	144/4	144/4

Матрица соответствия компетенций и разделов (тем) дисциплины

Компетенции	Темы							
	1 Понятие и сущность бизнеса	2 Концепции и родовые признаки бизнеса	3 Фирма в системе современного бизнеса	4 Направления деятельности и риски в бизнесе	5 Бизнес-планирование	6 Учреждение бизнеса	7 Ликвидация и реорганизация предпринимательской фирмы	Экзамен
	Всего часов							
	12	16	16	20	12	16	16	36
ОК-6	+	+	+	+	+	+	+	+
ОПК-4	+	+	+	+	+	+	+	+
Сумма	2	2	2	2	2	2	2	2

5 Содержание дисциплины

5.1 Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Понятие и виды бизнеса

Характеристика понятий: бизнес, предпринимательство, экономика. Экономические блага. Деловые интересы бизнеса. Виды предпринимательства: производственная, коммерческая, финансовая. Характеристика видов деятельности.

Тема 2. Концепции и родовые признаки бизнеса

Характеристика концептуальных основ бизнеса: позитивная, критическая, прагматическая.

Родовые признаки бизнеса: обмен благами между субъектами экономики, стремление участников в достижении своих интересов, необходимость отстаивания интересов, инициативный характер деятельности, готовность идти на риск, способность, готовность и умение использовать различные приемы делового общения и пр.

Тема 3. Предприятие в системе современного бизнеса

Характеристика субъектов бизнеса. Связь субъектов с финансовым рынком. Структура финансового рынка. Рынок потребительских благ. Рынок общественных товаров. Рынок труда.

Предприятие в системе бизнеса. Товарные, финансовые, информационные потоки.

Конкуренция в бизнесе. Конкурентные стратегии.

Тема 4. Направления деятельности и риски в бизнесе

Основные направления в деятельности фирмы: менеджмент, маркетинг, финансы, инвестиции.

Школы менеджмента и подходы к управлению. Ситуационный и системный подходы. Внешние и внутренние переменные. Миссия и цели фирмы.

Маркетинговая деятельность фирмы: воздействие на рынок, ценообразование, работа с рынком сбыта, разработка продукта. Финансы фирмы.

Виды и особенности экономических, политических, коммерческих, инвестиционных и производственных рисков. Способы уменьшения рисков для бизнеса.

Тема 5. Бизнес-планирование

Методические основы разработки бизнес-плана. История бизнеса организации. Условия для бизнеса. План маркетинга. Производственный план. Организационный план. Финансовый план.

Тема 6. Учреждение бизнеса

Виды организации бизнеса: индивидуальный предприниматель, юридическое лицо (предприятие). Классификация организационно-правовых форм юридического лица. Общества с ограниченной ответственностью. Акционерные общества. Производственные кооперативы, товарищества. Крупное, среднее и малое предпринимательство.

Процедура государственной регистрации индивидуального предпринимателя. Процедура государственной регистрации юридического лица.

Тема 7. Ликвидация и реорганизация предпринимательской фирмы

Ликвидация фирмы: добровольная, принудительная. Основания для ликвидации. Банкротство фирмы.

Содержание процесса реорганизации фирмы. Основания реорганизации. Технологии преобразования фирмы. Реинжениринг бизнес-процессов.

5.2 Разделы и (или) темы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Темы	Всего часов	Аудиторные занятия			Самост работа
			лекции	семин. занятия	практ. занятия	
1.	Понятие и сущность бизнеса	12	2	-	2	8
2.	Концепции и родовые признаки бизнеса	16	4	-	4	8
3.	Фирма в системе современного бизнеса	16	4	-	4	8
4.	Направления деятельности и риски в бизнесе	20	6	-	6	8
5.	Бизнес-планирование	12	2	-	2	8
6.	Учреждение бизнеса	16	4	-	4	8
7.	Ликвидация и реорганизация предпринимательской фирмы	16	4	-	4	8
7.	Всего по дисциплине	108	26		26	56

	Форма контроля	Экзамен

5.3 Практикум

Тема 1. Понятие и сущность бизнеса 2 ч.
Компетенции: ОК-6, ОПК-4.
Вопросы для контроля знаний на практическом занятии:

- Охарактеризуйте виды благ. Их классификация современной наукой.
- В чем заключается отличие понятий: «бизнес», «экономика», «предпринимательство»?
- Какие цели бизнеса вам известны?
- Охарактеризуйте производственное, коммерческое и финансовое предпринимательство в бизнесе.
- Сфера услуг и производственная сфера.
- Исторический аспект развития бизнеса в России.

Практические задания для рассмотрения на семинаре

1. Распределите блага по цепочке ценностей в трех различных ситуациях:
а) крушение самолета в Антарктиде;
б) повседневная жизнь со всеми удобствами цивилизации;
в) необитаемый остров в экваториальной зоне.

Блага, находящиеся в наличии:
1. веревка;
2. мыло;
3. горючее (авиационное);
4. сигнальные ракеты;
5. два ящика тушенки;
6. солнцезащитные очки;
7. топор;
8. спички;
9. автомобиль «Audi A6»;
10. теплые одеяла;
11. барсучий жир;
12. 100 000 рублей;
13. 12 деревянных стульев;
14. фонари;
15. спирт 10 литров;
16. цветной телевизор.

2. К каким группам благ по классификации можно отнести 16 вышеперечисленных предметов:
− данным природой;
− потребительским;
− инвестиционным;
− частным;
− общественным;
− воспроизводимым;

− невоспроизводимым;
− свободным;
− ограниченным.

Тест 1

1) Выберите суждение, соответствующее определению понятия «бизнес».

а) система взаимоотношений между людьми, создающая взаимные обязательства;

б) система взаимоотношений между людьми по поводу обмена благами на взаимовыгодной основе;

в) система взаимоотношений между людьми по поводу обмена благами, в которой соблюдаются интересы сильнейшей стороны;

г) искусственно созданная государством система взаимоотношений между людьми для привлечения финансовых ресурсов;

д) производное от экономики явление, целью которого выступает поддержка равновесия между общественными и эгоистическими стремлениями человека.

2) Когда человек использует специальные приемы в деловом общении?

а) никогда не использует, т.к. эти приемы не приносят результата;

б) всегда использует, т.к. эти приемы позволяют получить оптимальный результат при минимальных затратах;

в) только если человек является предпринимателем;

г) только если человек не является предпринимателем;

д) только если человек прошел специальную подготовку по изучению приемов делового общения.

3) Предприниматель распределяет ресурсы по направлениям деятельности фирмы, исходя из:

а) перспективности этих направлений;

б) равенства финансирования каждого направления;

в) требований кредиторов и инвесторов;

г) заранее определенных приоритетов;

д) своих личных интересов.

4) Выберите суждение, соответствующее определению термина «блага».

а) все, в чем нуждается человек для удовлетворения своих потребностей;

б) все, что служит объектом купли-продажи;

в) материальные объекты, используемые человеком для конечного потребления;

г) все, что не служит объектом купли-продажи;

д) объекты, используемые предприятиями для производства продукции.

5) Предприниматель вступает в рискованную сделку в следующем случае:

а) если он не осведомлен о риске;

б) если есть возможность нейтрализовать риск;

в) если он полностью уверен, что сделка совершится успешно;

г) если сделка несет какую-либо выгоду;

д) если ожидаемая выгода от сделки оправдывает этот риск.

6) Вероятные результаты сделки отличаются от реальных тем, что:

а) вероятный результат сделки – это та выгода, которую ожидает получить участник; она всегда выше реальной;

б) вероятный результат –наиболее желаемый, а реальный – наиболее возможный;

в) вероятные результаты – это то, что на самом деле получает участник сделки, а реальные – то, что он ожидал получить;

г) вероятный результат сделки – это та выгода, которую ожидает получить участник; она всегда ниже реальной;

д) вероятные результаты – это то, что участник ожидает получить от сделки, а реальные – это то, что он в итоге получает.

7) Выберите суждение, соответствующее определению термина «предпринимательство».

а) с точки зрения менеджмента, предпринимательство – это деятельность, идентичная категории «бизнес», а с законодательной – способ ведения дел в бизнесе;

б) и менеджмент, и закон трактуют предпринимательство как способ ведения дел в бизнесе;

в) с точки зрения менеджмента, предпринимательство – это деятельность, направленная на получение прибыли, а с законодательной – некоммерческая деятельность;

г) и менеджмент, и закон трактуют предпринимательство как деятельность, соответствующую категории «бизнес»;

д) с точки зрения менеджмента, предпринимательство – это особый стиль ведения бизнеса, а с законодательной – деятельность, идентичная категории «бизнес».

8) Целью обмена благами между субъектами экономики является:

а) получение выгоды одним участником сделки и ущемление интересов других;

б) взаимная передача прав собственности на определенное имущество;

в) получение выгоды каждым участником сделки;

г) обеспечение каждой стороной выгоды для других участников сделки;

д) предоставление выгод государству.

9) В своей работе предприниматель, прежде всего, руководствуется:

а) идеей удовлетворения общественных потребностей;

б) стремлением удовлетворять общественные потребности и при этом получать максимально возможную прибыль;

в) идеей выпуска максимально качественной продукции и ее продажи по наиболее высокой цене;

г) стремлением к максимизации прибыли;

д) стремлением к лидерству на рынке.

Тест 2

1) Кредитные отношения в России зародились:

а) в Древней Руси до XV века;

б) в период реформ Петра I;

в) в начале XX века;

г) после распада советского союза;

д) после создания первого в России банка.

2) Особенностью бизнеса в России конца XIX – начала XX века является:

а) открытие международной торговли;

б) появление финансово-кредитных институтов;

в) возникновение страхового дела;

г) экспансия государства в бизнес и вытеснение из него частного сектора;

д) массовая автоматизация производства в сочетании с переполнением рынка труда.

3) Спецификой современного бизнеса является:

а) абсолютное первенство спекулятивной торговли;

б) стремительное развитие рынка финансовых услуг;

в) стремление к глобализации;

г) жесткий контроль бизнеса со стороны государства;

д) стремительное развитие теневого сектора экономики.

4) Расширение границ России в XV веке происходило преимущественно за счет:
а) военной экспансии;
б) поиска новых торговых путей русскими предпринимателями;
в) географических экспедиций;
г) поиска новых месторождений полезных ископаемых;
д) прибытия иностранных предпринимателей.
5) Бизнес в Советском Союзе:
а) имел место только во время НЭПа;
б) отсутствовал вообще;
в) открыто развивался;
г) существовал _____весь период правления советской власти;
д) зародился впервые в истории России.
6) Основные предпосылки революции 1917 года в России были:
а) монополия на землю со стороны государства и помещиков;
б) монополизация экономики в сочетании с переполнением рынка труда;
в) Первая мировая война;
г) индустриализация экономики;
д) реформы С. Витте и П. Столыпина.
7) Реформы Петра I изменили направление развития бизнеса в России следующим образом:
а) промышленный рост сменился развитием торговли;
б) международная торговля сменилась внутренней;
в) внутренняя торговля сменилась международной;
г) развитие торговли сменилось промышленным ростом;
д) реформы Петра I вообще не затрагивали сферу бизнеса.
8) Переход к НЭПу в период правления советской власти был обусловлен:
а) неэффективностью плановой системы во время послевоенного кризиса;
б) сильным влиянием частного сектора в бизнесе;
в) осознание коммунистической партией ложности теорий марксизма-ленинизма;
г) стремлением государства привлечь дополнительные финансовые ресурсы;
д) необходимостью восстановления разрушенных во время войны предприятий.

Тема 2. Концепции и родовые признаки бизнеса 4 ч.
Компетенции: ОК-6, ОПК-4.
Вопросы для контроля знаний на практическом занятии:
1. Опишите сущность позитивной концепции бизнеса.
2. Опишите сущность критической концепции бизнеса.
3. Опишите сущность прагматической концепции бизнеса.
4. Какими общими чертами, или родовыми признаками обладают деловые отношения?

Практические задания для рассмотрения на семинаре

1.А. Сформируйте свою концепцию бизнеса, опираясь на следующие критерии:
а) сущность бизнеса;
б) цель (направленность) бизнеса;
в) характерные особенности бизнеса;
г) социальная позиция бизнеса (место в обществе);
д) экономическое содержание бизнеса;
е) противоречивость/непротиворечивость бизнеса.
Б. На базе созданной концепции составьте план развития предприятия, указав 2

основных момента:

1) политика организации (финансы, материальные ресурсы, кадры, информация);

2) ориентировочная направленность предприятия.

По итогам распределения приоритетов организации в данном примере нетрудно заметить проранжировать передовые направления организации:

а) развитие материально-технической базы;

б) финансовая устойчивость предприятия;

в) повышение квалификации сотрудников;

г) материальное стимулирование сотрудников;

д) уровень обслуживания населения;

е) имидж организации;

ж) рациональный расход ресурсов;

з) усовершенствование информационных технологий.

Презентация собственной концепции и плана развития предприятия.

В. Проведите презентацию.

2. Сопоставьте созданную концепцию с тремя базовыми (позитивной, критической, прагматической).

Выделите: достоинства и недостатки собственной концепции.

Сравнить их по:

• целям;

• интересам субъектов.

Практическое занятие по теме 1 происходит в условиях групповой работы.

2. На указанные ниже утверждения ответьте да или нет.

1. Позитивная концепция трактует бизнес как общественно-полезную деятельность, необходимую и обществу, и самому предпринимателю. Она связана с противоречиями между интересами предпринимателей и потребителей.

2. Прагматическая концепция рассматривает бизнес как рассадник криминогенных процессов, нежелательный компонент в жизни людей в целом.

3. Критическая концепция бизнеса объясняет его как явление, неизбежное в контексте развития человеческого общества, необходимое и бизнесменам, стремящимся удовлетворить свои корыстные интересы, и другим членам общества, которые благодаря бизнесу получают возможность удовлетворять свои потребности в материальных благах.

4. Ограниченность материальных благ обусловлена их редкостью и недостаточностью.

5. Стремясь удовлетворить свои потребности, человек использует находящиеся в его распоряжении материальные блага. Он независим от других членов общества.

6.Природный эгоизм и склонность к обмену являются условием для возникновения бизнеса в человеческом обществе.

7. Одним из условий возникновения бизнеса является склонность к обмену с себе подобными, которая присуща только человеку.

8. Каждое из человеческих качеств, лежащих в основе организации экономической жизни общества, имеет две стороны: эгоистическую и общественную.

9. Существование человека связано не только с удовлетворением имеющихся потребностей, но и с их развитием. Ограниченность материальных благ препятствует удовлетворению потребностей. Стремясь преодолеть ограниченность материальных благ, человек проявляет инициативу, развивает все свои внутренние качества.

10. Бизнес - это отношения, в которые вступают люди в процессе обмена результатами деятельности.

Тема 3 Фирма в системе современного бизнеса 4 ч.

Компетенции: ОК-6, ОПК-4.

Вопросы для контроля знаний на практическом занятии:

- Что является субъектом бизнеса?
- Укажите взаимосвязь субъектов бизнеса.
- Охарактеризуйте структуру рынка общественных товаров.
- Какие потоки связывают субъектов бизнеса?
- Опишите роль и место предприятия в системе бизнеса.
- Конкуренция в бизнесе.

Практические задания для рассмотрения на семинаре

1.Кейс «Теремок русские блины»

Компания «Теремок - русские блины» - новичок на московском рынке фаст-фуд - «выросла» из фирмы, специализировавшейся на торговле электроникой и бытовой техникой. Владелец компании Михаил Гончаров так радикально переориентировал свой бизнес после августа 1998 года. Первый «Теремок» он открыл в апреле 1999 года. Уже через несколько месяцев Гончаров чувствовал себя на новом рынке настолько уверенно, что решил завоевать со своим проектом еще и Санкт-Петербург.

До того как в 1995 году Михаил Гончаров создал собственную торговую фирму, он почти три года работал сейлз-менеджером в компании «Радиоимпорт», специализировавшейся на оптовой торговле аудио- и видеотехникой. За это время недавний выпускник математического факультета МГУ приобрел достаточный опыт и коммерческие связи, чтобы создать свое предприятие - «Торговый дом «Эластика». Когда он основал компанию, больших перспектив в торговле электроникой и бытовой техникой для новичков уже не было, и он изначально предполагал, что для него этот бизнес будет способом заработать деньги для более серьезного дела. Впрочем, в торговле у Гончарова дело пошло весьма успешно. Он поставлял технику во многие крупные московские универмаги, начал выходить на региональных продавцов. В начале 1998 года среднемесячный оборот компании составлял $200 тыс.

Все переменил август 1998 года. За считанные дни вследствие скачков курса доллара Гончаров потерял около $250 тыс. После этого желания и сил на то, чтобы продолжать торговый бизнес, просто не осталось. Но были заработанные в успешные годы деньги, которые Гончаров решил вложить в какое-нибудь новое начинание. Михаил решил создать сеть точек быстрого питания, причем с настоящей русской кухней, об этом он подумывал еще до кризиса. «Позднее, перейдя от идеи к планированию, я понял, что фаст-фуд - это действительно выгодно, - говорил Михаил Гончаров. - В этом бизнесе на один вложенный рубль можно получить пять. Хотя обороты здесь не такие, как в торговле техникой, зато норма прибыли гораздо выше: в первом случае на товар накидывается в среднем 20 - 30%, во втором - 300%».

Выбор формы бизнеса - сеть передвижных киосков фаст-фуд - был обусловлен как финансовыми возможностями, так и личными предпринимательскими интересами. «Я подсчитал, что на те деньги, которые у меня есть, я могу открыть десяток киосков или одно-два кафе, - рассказывает Михаил Гончаров. - Кафе или ресторан - это локальный бизнес, привязанный к конкретному месту. Хороший доход он будет давать при наличии круга постоянных посетителей. К тому же в Москве все хорошие места уже раскуплены. Вообще, чтобы открыть стационарное предприятие, нужно оформить и согласовать в городской администрации примерно 30 документов. Киоск поставить быстрее и проще, к тому же он дает бизнесу мобильность. Я мог бы при необходимости переместить точку в другое место. А

если бы в Москве вдруг приняли решение о закрытии всех киосков, просто перевез бы свой бизнес куда-нибудь в регионы». Михаил Гончаров решил предложить москвичам самый что ни на есть национальный продукт - блины с разнообразными начинками. Причем готовиться они должны прямо на глазах покупателей. В фастфуд никто ничего подобного не делал, попыталось «Русское бистро», но они прогадали на приготовлении: использовали замороженное тесто, а это ухудшает вкус.

Концепция нового предприятия была продумана к октябрю 1998 года.

«Материнская» компания - «ТД «Эластика» - продолжала свое существование, собирая остатки задолженностей с магазинов и распродавая складские запасы. Но ее будущее закрытие по окончании всех операций было уже предрешено. Вместе с 29-летним директором за новое дело взялись пять менеджеров из «Эластики», которых Гончаров убедил в перспективности идеи. Предприятие решили назвать «Теремок - Русские блины».

Проработка проекта шла по четырем основным пунктам: основными отличиями от конкурентов должны были стать торговая марка, оригинальный вкус продукта, цена и обслуживание. Специалистам был заказан архитектурный проект киоска-«теремка». Гончаров хотел сделать оформление точки в хорошо узнаваемом москвичами неорусском стиле, который был популярен в городе в начале века (Ярославский вокзал, Исторический музей и т.д.).

Особое внимание уделили рецептуре и технологии приготовления блюд. На эту работу ушло почти два месяца. Михаил Гончаров даже пару раз съездил во Францию, чтобы познакомиться с западным опытом «блинопечения». «Я считал, что мой продукт должен быть столь высокого качества, чтобы никто другой не смог сделать лучше», - говорит он.

Концепция «Русских блинов» была проработана вплоть до стиля общения продавцов с покупателями. Михаил Гончаров не хотел отставать от гигантов фаст-фуд вроде McDonald's, которые тщательно следят за этим. В «Теремке» к клиентам следует обращаться так: «Сударь-сударыня, чего изволите?».

В декабре 1998 года Гончаров сотоварищи занялись поиском поставщиков оборудования и изготовителей киосков. Тогда же на базе Никулинского бараночного комбината подготовили производственный цех, в который вложили примерно $15 тыс. К февралю 1999 года были готовы три «теремка», каждый из которых обошелся $12 тыс. Первые блины продали в конце месяца «на выезде» - на городском праздновании масленицы. Впоследствии для раскрутки марки Михаил Гончаров время от времени вывозил новые «теремки» и на другие московские развлекательные мероприятия.

«На якорь» первый киоск стал в начале апреля 1999 года. К августу на московских улицах работали четыре «точки». Продажи пошли настолько хорошо, что за это короткое время первые киоски окупились и начали приносить хоть и небольшой, но доход. Один «теремок», поставленный на «проходном» месте, может продавать около 200 порций в день, а это месячный оборот $3,5 - 5 тыс.

Цены на продукт Михаил Гончаров постарался установить немного ниже (на 10 -20%), чем у конкурентов (к числу которых он, например, относит «Стефф Холдберг»). Однако стоит отметить, что себестоимость блинов гораздо ниже, чем хот-догов «Стефф Холдберг», что даёт возможность ценового манёвра для «Русских блинов».

Компания «Маркон-Экспресс», владеющая самой большой в Москве сетью киосков фаст-фуд «Стефф Холдберг», наблюдает за «Русскими блинами», как и за любым потенциальным конкурентом, хотя новички на рынке вряд ли смогут увести часть их постоянных клиентов. Рынок уличного фаст-фуда в Москве далеко не заполнен, поэтому каждый, кто предложит качественный продукт, может рассчитывать найти своих потребителей.

Пока компания «Теремок-Русские блины» - развивающееся предприятие малого бизнеса

(10 человек в офисе и 24 повара-продавца). Но к концу года планируется довести количество «теремков» в Москве до десяти. Успешное начало позволило Михаилу взять первые кредиты на развитие в размере $120 тыс. Он задумал также распространить свой бизнес и на вторую столицу - Санкт-Петербург.

В мае Гончаров предложил создать совместную фирму своим бывшим партнерам из питерского филиала «Торгового дома «Эластика». Так появилась компания «Теремок - Северо-запад», в которой Михаилу Гончарову принадлежат 70% акций.

Работа начнется в начале сентября - к открытию готовы три точки в торговых павильонах города. В Санкт-Петербурге это будут не «теремки» - здесь московский стиль не проходит, - но в оформлении киосков сохранятся основные элементы фирменного стиля. В Москве же к этому времени откроются еще два «теремка».

«Пока у «Теремка» мало точек в Москве, но уже сейчас у этого предприятия могут возникнуть так называемые проблемы роста, связанные прежде всего с увеличением численности продавцов. Как только продавцов становится более 30, нужно создавать систему их подготовки и разрабатывать новые методы работы с персоналом. И дальнейшее развитие компании во многом будет зависеть именно от этого. Михаил Гончаров тоже считает работу с растущим штатом продавцов первой настоящей проблемой своего бизнеса. В ближайшее время в офисе компании должен появиться менеджер по персоналу. Одновременно Гончаров планирует дальнейшее развитие компании: он намерен переводить бизнес на рельсы франчайзинга. Директор «Теремка» считает, что в ближайшие месяцы настолько отработает свою «блинную» технологию, что ее можно будет предложить на продажу. «Я не нацелен на то, чтобы развивать бизнес исключительно собственными силами, - говорит Гончаров. – Сам многое не сделаешь. К тому же для желающих попробовать себя в новом бизнесе проще приобрести готовую технологию, нежели изобретать что-то оригинальное самому». Михаил Гончаров сейчас настолько увлекся своей ролью отечественного производителя, что уже с некоторым смущением вспоминает те времена, когда он просто перепродавал чужой товар.

2. На указанные ниже утверждения ответьте да или нет.

1. Предприниматель является носителем прав и ответственности за использование произведенного им товара.

2. Предпринимательский бизнес характеризуется тем, что предприниматель берется за производство всего, в чем нуждаются члены общества.

3. Частная собственность на предметы потребления и услуги является основой предпринимательского бизнеса.

4. Предприниматели являются участниками потребительского бизнеса.

5. Частная собственность на средства производства является основой потребительского бизнеса.

6. Потребительский бизнес отражает заинтересованность всех граждан в конечных результатах производства.

7. Личный доход, получаемый в ходе выполнения должностных обязанностей, является деловым интересом наемных работников.

8. Деловой интерес государства состоит в осуществлении общественно необходимых проектов.

9. Государство является участником деловых отношений. Деловой интерес государственных органов не отличается от интересов других субъектов.

10. Общественная собственность на средства производства составляет основу

государственного бизнеса.

11. Среда бизнеса это стабильная совокупность факторов, существующих вне хозяйствующего субъекта.

12. Макросреда включает в себя состояние экономики, состояние культуры в обществе, институты рынка, научно - технический прогресс, физическое или географическое положение страны, политические факторы и оказывает прямое воздействие на деятельность хозяйствующего субъекта.

13. Микросреда включает в себя поставщиков, покупателей, конкурентов, наемных работников, профсоюзы, оказывает косвенное воздействие на деятельность хозяйствующего субъекта.

14. Международная среда оказывает влияние на хозяйствующего субъекта рынка через импортеров, иностранные инвестиции, совместные предприятия, многонациональные корпорации.

15. Законы и государственные органы оказывают прямое воздействие на деятельность фирмы.

16. В качестве контрагентов выступают: кредитор - заемщик, продавец - покупатель, работодатель - наемный работник.

17. Экономическая обстановка обусловливает предварительную оценку покупательского спроса, больший или меньший объем денежных средств в обществе, доступность кредитов для развития бизнеса, наличие свободных рабочих мест.

18. Социально-культурная среда не оказывает влияния на деятельность конкретной фирмы.

19. Институты рынка включают в себя банки, биржи, страховые компании, учебные заведения, транспортные и консультационные фирмы, фирмы обеспечивающие выход в Интернет, фирмы, обеспечивающие коммунальные услуги.

20. В международной среде проявляются интегративные свойства бизнеса: создаются совместные предприятия, реализуются прямые инвестиции в экономику других стран, открывается доступ на рынки других стан.

21. Законный бизнес основан на необходимости учета интересов всех многообразных субъектов экономики. Но гарантиями учета этих интересов правила и нормы быть не могут.

22. Моральные принципы могут выступать критериями оправданности и справедливости взаимоотношений.

23. Правовые документы всегда не противоречат друг другу.

24. Политика и рынок - это две независимые общественные системы.

25. Обязательно ли политика создает общие, социальные условия жизнедеятельности людей.

Тема 4. Направления деятельности и риски в бизнесе 6 ч.

Компетенции: ОК-6, ОПК-4.

Вопросы для контроля знаний на практическом занятии:

1.Какие направления в деятельности фирмы можно выделить?

2. Какие школы менеджмента вы знаете, каков их вклад?

3. Охарактеризуйте маркетинговую деятельность фирмы.

4. Охарактеризуйте финансовую деятельность фирмы.

5. Охарактеризуйте инвестиционную деятельность фирмы.

6.Что мы понимаем под понятием «риск»?

7. Приведите классификацию рисков.

8. Как управляют рисками в бизнесе?

9. Какие методы управления рисками существуют?

Практическое задание к первому занятию:

Ситуация №1

Вы выступаете в роли юриста ООО «КонсультантЪ».

Два месяца назад Вам была предложена новая работа. Предложение поступило от бывшего сотрудника фирмы, в которой Вы работаете, Яковлева М.Н. Он уже 1,5 года работает генеральным директором МП «Орфей» и является его учредителем.

МП «Орфей» совместно с ЗАО «Промагро» и ООО «Лимос» решили организовать новое предприятие, которое в качестве основной деятельности будет заниматься строительством загородных коттеджей.

Стоит заметить, что МП «Орфей» является не большим, но прибыльным предприятием, занимается розничной торговлей косметикой и парфюмерией и заинтересовано в развитии нового для себя бизнеса. МП

«Орфей» имеет за 1999 год нераспределенную прибыль *(прибыль после уплаты налогов и обязательных платежей, и ее распределения между участниками)* в размере 21500 рублей. Около 65% этой прибыли МП «Орфей» планирует направить в уставный капитал нового предприятия.

ЗАО «Промагро» и ООО «Лимос» являются более состоятельными организациями, имеют возможность получения долгосрочных кредитов на развитие нового бизнеса на выгодных условиях, имеют тесные связи с поставщиками строительных материалов и согласились участвовать своими деловыми связями и капиталом в новом предприятии так, чтобы иметь 40% и 33% в уставном капитале соответственно, и иметь возможность влиять на деятельность нового предприятия.

Вам было предложено:

1) решить вопрос об организационно-правовой форме нового предприятия с его потенциальными участниками;

2) придумать название и соответствующую символику нового предприятия;

3) разработать круглую печать предприятия, необходимую для всех важных документов (устава, учредительного договора, контрактов и т.д.);

4) составить устав и учредительный договор с учетом требований будущих участников (но не нарушая требования закона), внести в учредительные документы все необходимые и дополнительные условия деятельности предприятия и взаимоотношений учредителей;

5) пройти государственную регистрацию учредительных документов;

6) заключительным этапом по организации нового предприятия станет его постановка на учет в территориальной инспекции Министерства по налогам и сборам РФ (ИМНС РФ) по юридическому адресу. Вы должны подать заявление о постановке на учет в налоговую инспекцию в течение 10 дней с момента государственной регистрации. *(для постановки на учет Вам необходимо:*

1.написать заявление о постановке на налоговый учет нового предприятия;

2.предоставить нотариально заверенные копии учредительных документов;

3.заполнить карту о постановке на учет налогоплательщика.);

7) стать генеральным директором нового предприятия, что позволит Вам иметь доход в размере 5-7%% от прибыли, оставшейся после уплаты налогов и других обязательных платежей (чистой прибыли).

Хорошо взвесив это предложение, Вы решили согласиться на выполнение данной работы и возглавить новое предприятие. Выполните свою работу так, чтобы предприятие уже в ближайшее время могло начать строительство под заказ.

P.S.: Для скорейшего прохождения государственной регистрации и постановки на налоговый учет Яковлевым М.Н. было выделено 15000 рублей, используйте их.

Ситуация №2

Вы выступаете в роли представителей учредителей ООО «Автоэкспорт+».

ООО «Автоэкспорт+» занимается реализацией автомобилей и запасных частей к ним преимущественно на экспорт в страны дальнего и ближнего зарубежья.

На вчерашнем внеочередном заседании участников ООО «Автоэкспорт+», посвященному результатам его деятельности за прошлый год и перспективам его деятельности в будущем, Вы прослушали доклад правления ООО «Автоэкспорт+».

Д О К Л А Д

Правления ООО «Автоэкспорт+»
о результатах деятельности в ---------гг.
и перспективах на ближайшее время.

Предыдущий год, к сожалению, еще не стал годом стабилизации экономики России. Продолжалось, хотя и в более замедленном темпе, снижение объемов производства в автомобильной промышленности. Рост цен на сырье и материалы, на бензин, отсутствие оборотных средств сопровождали нас в прошлом году.

В прошлом году на мировом рынке легковых и грузовых автомобилей второй год подряд отмечалась, в целом благоприятная конъюнктура, что выражалось в увеличении производства автомобилей западными компаниями.

Рост спроса на эту технику был вызван общим улучшением экономической ситуации в некоторых странах ближнего зарубежья. Однако для отечественной продукции возможности, открывшиеся после кризиса, оказались кратковременными. В результате невыполнения контрактных обязательств заводами-поставщиками, их нестабильная работа, катастрофическое понижение качества выпускаемых отечественных автомобилей, пересмотр и ужесточение условий по подписанным контрактам заметно снизили показатели рентабельности общества, а за последние два квартала прошлого года принесли чистых убытков от экспортных операций в размере 1300 тысяч $, что является предельной суммой.

В прошлом году было заключено контрактов на 42 % меньше, чем в позапрошлом году, и на 67% меньше, чем в поза- позапрошлом году.

Все это дает возможность предположить дальнейшее снижение объемов продаж и увеличение убытков общества.

Именно ухудшение качества и конкурентоспособности российских автомобилей на мировом рынке (и на внутреннем тоже) заставляет глубоко задуматься о дальнейшей деятельности общества, нахождению путей выхода из кризиса, освоении новых видов деятельности, или реорганизации (ликвидации) общества.

Так или иначе, уважаемые учредители, решать Вам. Однако ЗАО «Логоваз», ОАО «Тракторoэкспорт», РАО «Автоваз» и другие крупные предприятия выдвинули ряд предложений по выходу из кризиса путем реорганизации нашего общества. Наиболее выгодные предложения, на наш взгляд, следующие:

1) ЗАО «Логоваз»: Оно приобретает 51 % в уставном капитале ООО «Автоэкспорт+», определяет дальнейшую деятельность общества, сокращает дилерскую сеть в странах дальнего зарубежья и увольняет 70% управленческого аппарата. Или присоединяет наше общество к своему дилерскому отделу, сделав нас частью большой империи ЗАО «Логоваз»;

2) РАО «Автоваз»: Предлагает слияние с нами и образование нового большого открытого акционерного общества, где Вам, уважаемые учредители, будет предложено в совокупности владеть 30% акций в уставном капитале. РАО «Автоваз» стремиться использовать нашу дилерскую сеть эффективнее и полагает, что реорганизованное предприятие сможет справиться с трудностями

3) ОАО «Тракторoэкспорт»: Видит большие возможности нашей дилерской сети в реализации сельскохозяйственной продукции, в силу возрастающих потребностей в сельхозпродукции и улучшающийся технических характеристик отечественных машин. Предлагает реорганизацию нашего общества в свой дилерский отдел путем присоединения. Здесь Вам предлагается 10% акций ОАО «Тракторoэкспорт».

Какое из трех предложений Вы выберите? Может, Вы, как учредитель, предложите иной путь выхода из сложившегося кризиса.

Практическое задание ко второму занятию, на котором будет проводиться деловая игра, изложено в разделе «Самостоятельная работа».

Задачи:

1. Финансовые риски

В первом квартале предприятие произвело и реализовало 1500 шт. товара по цене 3000 у.е. за 1 шт.

При этом удельные переменные затраты на производство составили 2000 у.е./шт., а постоянные затраты на квартал 900 000 у.е.

В связи с увеличением спроса на данный товар во втором квартале руководство предприятия планирует увеличить производство товаров на 10%.

1) Каким будет прирост прибыли во втором квартале?

2) Сколько составит экономическая рентабельность во втором квартале.

3) На сколько процентов возрастет экономическая рентабельность?

Основные формулы для решения задачи:

$$\Delta ПР_ч = \delta ПР_ч \times ПР_ч,$$

где $\Delta ПР_ч$ – прирост чистой прибыли.

$$Эр = ((Ц-\gamma) \times N - C) / (\gamma \times N + C),$$

где $Эр$ – экономическая рентабельность.

Для того чтобы понять, на сколько процентов увеличилась рентабельность во втором квартале из-за увеличения объема производства, нужно вычислить *силу производственного рычага по показателю экономической рентабельности*.

$$СПР_{эр} = СПР_{пр} - 1/(1+C/(\gamma \times N)),$$

$$ПР_ч = ((Ц - \gamma) \times N - G) \times (1 - GH_{пр}),$$

где $ПР_ч$ – величина чистой прибыли;
C – постоянные затраты;
N – количество товара (шт.);
γ – удельно-переменные затраты;
$Ц$ – цена товара;
$CH_{пр}$ – налог на прибыль (35%).

$$R = C / (Ц - \gamma) / N,$$

где R –показатель чистой прибыли.

$$СПР_{пр} = 1 / (1 - R),$$

где $СПР_{пр}$ – сила производственного рычага по показателю чистой прибыли.

$$\delta ПР_ч = СПР_{пр} \times \delta N,$$

где $\delta ПР_ч$ – увеличение чистой прибыли;
δN – увеличение производства в %.

где *СПРэр* – сила производственного рычага по показателю экономической рентабельности.

Тема 5. Бизнес-планирование 2 ч.
Компетенции: ОК-6, ОПК-4.

Практические задания по теме 5

1. Разработайте организационный план предприятия;
2. Разработайте маркетинговый план предприятия
3. Разработайте производственный план предприятия
4. Разработайте финансовый план предприятия

Тест к теме 3

1) В зависимости от направленности и характера решаемых задач различают виды планирования:

а) стратегическое;
б) рыночное;
в) среднесрочное;
г) экономическое;
д) текущее.

2) Текущее планирование заключается в определении:

а) стратегических целей;
б) промежуточных целей;
в) оптимальных целей;
г) точечных целей.

3) Определение целей и миссии бизнеса, анализ внешней среды и собственных возможностей предприятия являются:

а) последующими этапами создания бизнес-плана;

б) предшествующими этапами создания бизнес-плана;

в) текущими этапами при создании бизнес-плана.

4) К инвестиционным проектам обычно относятся проекты, в которых главной целью является:

а) изъятие средств с какого-либо рынка с целью получения прибыли;

б) получение положительного имиджа в глазах потребителей;

в) вложение средств с целью получения прибыли.

5) Основаниями классификации проектов являются следующие признаки:

а) класс;

б) размер;

в) тип;

г) фондоемкость;

д) вид;

е) длительность;

ж) трудоемкость.

6) Сколько основных подходов к разработке бизнес-плана можно выделить?

а) 1;

б) 2;

в) 4;

г) 5;

д) 8.

7) Компания может использовать следующие методы управления бизнесом:

а) реактивный;

б) активный;

в) бюджетный;

г) организационный.

8) При бюджетном методе резко повышается управляемость факторами:

а) производственного развития бизнеса;

б) социального развития бизнеса;

в) финансового развития бизнеса;

г) инфраструктурного развития бизнеса.

9) Раздел «планы производства» включается в бизнес-план только предпринимателями, которые собираются заниматься:

а) производством услуг;

б) производством товаров;

в) организацией;

г) производственным консалтингом.

10) Что из перечисленных элементов нельзя отнести к разделу бизнес-плана «рынок сбыта»?

а) оценка положения дел в отрасли;
б) анализ темпов прироста по отрасли;
в) анализ оборачиваемости капитала конкурирующих предприятий;
г) анализ потенциальных потребителей.

11) План маркетинга в структуре бизнес-плана предназначен для создания:
а) позитивного имиджа компании;
б) эффективного рынка сбыта предлагаемого товара;
в) финансового потенциала компании;
г) рациональной системы планирования развития производства компании.

12) Сегментирование рынка проводится по следующим параметрам:
а) характеру товара;
б) прибыльности рынка;
в) категории потребителей;
г) географическому делению рынка;
д) качеству товара;
е) объему продаж товара.

13) Автором стоимостной цепочки создания ценностей является:
а) Ф. Тейлор;
б) П. Друкер;
в) М. Портер;
г) Л. Аакер;
е) Д. Макдональд.

14) Набор товаров, предлагаемых предприятием-изготовителем на рынке, называют:
а) реквизитом;
б) ассортиментом;
в) бизнес-единицей;
г) номенклатурой.

15) Численность работников основной сферы рассчитывается исходя из уровня:
а) текучести кадров;
б) выработки и производственной программы;
в) среднего уровня сложности выполняемых работ на предприятии;
г) количества производственных мощностей предприятия.

16) Целенаправленное превращение исходного сырья и материалов в готовый продукт с заданными свойствами – это:
а) производственный процесс;
б) технологический процесс;
в) организационный процесс.

17) На предприятиях выделяют следующие виды производственных процессов:
а) основные;
б) параллельные;
в) вспомогательные;
г) прямоточные;

д) непрерывные.

18) Процессы, непосредственно связанные с превращением предметов труда в готовую продукцию, называются:
а) основными;
б) параллельными;
в) вспомогательными;
г) прямоточными;
д) непрерывными.

19) План производства должен соответствовать:
а) численности сотрудников;
б) мощности предприятия;
в) количеству рабочих дней в году.

Тема 6. Учреждение бизнеса 4 ч.

Компетенции: ОК-6, ОПК-4.

Вопросы для контроля знаний на практическом занятии:

- Что понимается под организационно-правовой формой бизнеса?
- Какую классификацию организационно-правовых форм вы можете привести?
- Физические и юридические лица в бизнесе.
- Опишите плюсы и минусы обществ с ограниченной ответственностью.
- Опишите плюсы и минусы акционерных обществ.
- Какова процедура регистрации ПБОЮЛ.
- Какова процедура регистрации юридических лиц.

Практические задания:

1. Тест

1.Предпринимательская фирма является юридическим лицом:

Да Нет Не всегда

2. Индивидуальный частный предприниматель должен создавать и регистрировать юридическое лицо

Да Нет

3. Участник и учредитель фирмы – это одно и то же лицо

Да Нет

4. Деятельность предпринимательской фирмы не является нелегальной, если она осуществляется без регистрации, но преследует законные цели

Да Нет

5. Незаконной считается предпринимательская деятельность, осуществляемая без регистрации юридического лица, целью которой является получение прибыли от реализации алкогольной продукции

Да Нет

6. Некоммерческая организация может заниматься предпринимательской деятельностью

Да Не всегда

7. Какие из перечисленных критериев являются качественными критериями классификации предпринимательских фирм:

- Форма и вид собственности
- Форма и характер управления на предприятии
- Численность работников
- Годовой оборот капитала
- Наличие высококвалифицированного персонала
- Характер предпринимательской деятельности

8. В России не существует отдельных законов по малым предприятиям, но малые предприятия поддерживаются негласно на государственном уровне

Да Нет

9. Основным преимуществом малого предприятия является наличие льгот по налогообложению и способность принимать быстрые решения, быстро перестроиться на производство другого товара, который пользуется повышенным спросом

Да Нет Не всегда

10. Основным недостатком малого предприятия при специализации его деятельности является мобильность

Да Нет

11. Правоспособность – заключается в том, что граждане могут иметь имущество на праве собственности, наследовать и завещать его, заниматься предпринимательской и любой иной не запрещенной законом деятельностью; создавать юридические лица и участвовать в них; совершать любые не противоречащие закону сделки и действия; свободно выбирать место жительства

Да Нет

12. Дееспособность – способность гражданина приобретать имущественные права и осуществлять гражданские права, создавать для себя гражданские обязанности и исполнять их. В полном объеме возникает по достижении:

а) 14 лет, б) 16 лет в) 18 лет

13. Выделите нужное: предпринимательская фирма – это:

- ПБОЮЛ
- Организация, участники, которой решили заниматься легальной предпринимательской деятельностью
- Юридические лица, зарегистрированные в установленном порядке
- Зарегистрированные в установленном порядке физические лица

14. Круглая печать, штамп, самостоятельный баланс, юридический адрес, полное фирменное наименование – являются обязательными признаками юридического лица:

Да Нет

15. Юридический адрес юридического лица должен совпадать с фактическим

Да Нет

16. В Гражданском кодексе присутствуют термины (выделить нужные):

- Юридическое лицо
- Предпринимательская фирма
- ПБОЮЛ
- Физическое лицо
- Правоспособность юридического лица

17. Если предпринимательская фирма создается для открытия счетов в банках в целях осуществления валютных и других трансфертов, то деятельность такой фирмы считается:

Законной Незаконной Другое _____

18. Некоммерческие организации могут преследовать в качестве своей основной цели извлечение прибыли. Такая цель будет считаться:

Законной Незаконной

19. Доходы от предпринимательской деятельности некоммерческая организация направила на строительство оздоровительного комплекса для муниципальных властей. Данная операция считается:

Законной Незаконной Не совсем законной

20. Некоммерческие организации, так же как и коммерческие считаются прибыльными:

Да Нет

21. Коллективная собственность – имущество, принадлежащее одновременно нескольким лицам с определением доли каждого из них (долевая собственность) или без определенных долей (совместная собственность).

Да Нет Не всегда

22. Полное товарищество – это предприятие, участники которого (полные товарищи) действуют в соответствии с заключенным между ними договором, занимаются предпринимательской деятельностью и несут ответственность по обязательствам товарищества определенной частью своего личного имущества

Да Нет

23. Производственным кооперативом (артелью) признается добровольное объединение граждан на основе: членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, личном труде, объединении его членами имущественных паевых взносов:

Да Нет

24. Деятельность партнерского предприятия в России регламентируется ГК РФ:

Да Нет

Тема 7. Ликвидация и реорганизация предпринимательской фирмы 4 ч.

Компетенции: ОК-6, ОПК-4.

Вопросы для контроля знаний на практическом занятии:

1.Что такое ликвидация фирмы (принудительная и добровольная)?

2. Какие могут быть основания для ликвидации?

3. Что такое реорганизация фирмы?

4. Какие технологии реорганизации фирмы выделяют?

5. Что такое национализация и денационализация фирм?

Практическое задание: ответьте да или нет на нижеприведенные утверждения:

1. Реорганизация влечет прекращение деятельности предприятия:

Да Нет

2. Решение о реорганизации принимает:

собрание участников фирмы

генеральный директор

суд

другой орган _____

3. Процедура реорганизации предусматривается в учредительных документах:

Да Нет

4. Слияние – это процесс, когда несколько самостоятельных фирм (две и более) превращаются в одну новую фирму:

Да Нет

5. Присоединение - одна или несколько фирм присоединяются к вновь создаваемой фирме:

Да Нет

6. Разделение – это процесс, когда из состава фирмы выделяются одна или несколько фирм, которые организуют новую фирму:

Да Нет

7. Выделение - фирма делится на две и более самостоятельных фирм и продолжает существовать фирма, из которой произошло выделение:

Да Нет

8. Преобразование – это процесс, когда фирма одной организационно-правовой формы трансформируется в другую организационно-правовую форму:

Да Нет

9. Внешний управляющий при реорганизации назначается всегда:

Да Нет

10. Приватизация - это передача (или продажа), принадлежащих государству предприятий, средств транспорта, жилых помещений (зданий) и другого имущества в частную собственность:

Да Нет

11. Основная причина приватизации – это желание чиновников стать владельцами крупнейших предприятий:

Да Нет

12. Социалистическая национализация осуществлялась:

Скорее принудительно, чем добровольно

Скорее добровольно, чем принудительно

Иногда добровольно, а иногда принудительно

Ликвидация фирмы

Реорганизация фирмы

Другое _____

13. Процедура банкротства применяется в отношении предприятий, которые:

Не хотят платить по своим долгам

Не могут выплатить свою задолженность

Не в состоянии выплатить проценты по полученному кредиту

14. Если фирма не в состоянии выплатить причитающуюся Вам задолженность, то Вы можете обратиться с иском о признании этой фирмы банкротом в суд. Какой суд Вы выберете:

Уголовный

Уголовно-процессуальный

Верховный суд

Арбитражный суд

Конституционный суд

15. Процедуры по отношению к несостоятельным фирмам:

реорганизация,

ликвидация,

мировое соглашение с кредиторами

мировое соглашение с судом,

принудительная реорганизация.

16. Неисполнение предприятием своих обязательств перед кредитором может служить основание для признания предприятия несостоятельным. Основанием для этого могут послужить следующие обстоятельства:

Предприятие не обеспечивает выполнение требований кредиторов в течение шести месяцев со дня наступления сроков их исполнения и сумма неудовлетворенных требований составляет не менее 500 установленных минимальных размеров оплат труда;

Предприятие не обеспечивает выполнение требований кредиторов в течение трех месяцев со дня наступления сроков их исполнения и сумма неудовлетворенных требований составляет не менее 100 установленных минимальных размеров оплат труда;

Другое_____

17. Конкурсное производство означает полное прекращение работы предприятия:

Да Нет Иногда

18. Основной задачей ликвидационной комиссии является определение активов и пассивов в имуществе несостоятельного должника и выделение имущества, которое может быть направлено на удовлетворение требований кредиторов:

Да Нет В некоторых случаях _____

19. Банкротство признается одним из оснований для ликвидации фирмы в:

Гражданском кодексе РФ

Законе «О недобросовестной конкуренции»

Законе «О несостоятельности (банкротстве)»

20. Мировое соглашение – это…

_____

5.4 Самостоятельная работа

Результаты самостоятельной работы студентов должны быть оформлены в виде персонального портфолио студента, т.е. в форме папки документов, отражающих выполненную самостоятельную работу студента. При этом в портфолио должны быть включены:

- титульный лист
- ответы на вопросы входного тестирования
- «входное» эссе (подготовленное после первого занятия) на тему «Основы бизнеса – это….»
- выполненные задания самостоятельной работы
- список литературы, с которой работал студент при изучении курса
- результаты научной работы студентов по данному курсу: подготовленные статьи на научные конференции и др.
- результаты промежуточных контрольных срезов
- «выходное» эссе (подготовленное после изучения курса) «Экономика организации – это…..».

Выполненные задания проверяются преподавателем и оцениваются в баллах.

Задания для самостоятельной работы выполняются студентом в письменном виде на стандартных листах формата А4.

- **План самостоятельной работы**

Темы	Содержание работы	Кол-во часов	Форма отчетности	Срок контроля
1. Понятие и сущность бизнеса	Подготовка к семинару	8	Опрос Тестирование	Практическое занятие 1
2. Концепции и родовые признаки бизнеса	Подготовка к семинару	8	Опрос Тестирование	Практическое занятие 2

3. Фирма в системе современного бизнеса	Подготовка к семинару. Подготовка к промежуточной аттестации.	8	Тестирование. Работа по кейс-методу.	Практическое занятие 3 Первая промежуточная аттестация
4. Направления деятельности и риски в бизнесе	Подготовка к семинару	8	Опрос. Подготовка к деловой игре «Автопроект». Тестирование.	Практическое занятие 4
5. Бизнес-планирование	Подготовка к семинару	8	Опрос. Проекты разделов бизнес-планов	Практическое занятие 5
6. Учреждение бизнеса	Подготовка к семинару	8	Тестирование Работа по кейс-методу	Практическое занятие 6
7. Ликвидация и реорганизация предпринимательской фирмы	Подготовка к семинару Подготовка к промежуточной аттестации	8	Опрос	Практическое занятие 7. Вторая промежуточная аттестация.
ИТОГО		56		

Тест для самостоятельной работы студентов

1. Отметьте участников финансово-промышленных групп:

только физические лица

банки, фирмы, биржи

только юридические лица

физические и юридические лица

2. Целью создания ФПГ являются инвестиционные проекты, направленные на повышение конкурентоспособности и на расширение доли рынка: Да Нет

3. Выделите пути создания холдинговых компаний:

Приватизация предприятий и выделение из его состава подразделений в качестве юридически самостоятельных лиц;

Объединение пакетов акций;

Учреждение новых акционерных обществ;

Создание филиалов и представительств головной компании.

4. Портфельное инвестирование – это:

Вложение средств в акции одного предприятия для приобретения контроля над деятельностью этого предприятия

Вложение средств в акции нескольких предприятий для приобретения контроля над этими предприятиями для создания оптимального набора ценных бумаг с целью обезопасить инвестора от риска и обеспечить определенные постоянные дивиденды.

5. Прямое инвестирование – это приобретение контроля над тем или иным акционерным обществом посредством приобретения контрольного пакета акций одной или ряда корпораций:

Да Нет Не всегда

6. Существуют следующие типы финансово-промышленных групп:

Холдингово-пирамидальные группировки

Взаимоблокирующие группировки

7.Специфика холдинга состоит в том, что головная компания холдинга владеет контрольным пакетом акций дочерних компаний:

Да Нет

8. Многие крупные производственные фирмы в России и за рубежом являются формами объединения предприятий:

Да Нет

9. Формы объединения предприятий бывают:

ассоциации

государственные предприятия

акционерные общества

концерны

холдинги

региональные союзы

концорциумы

10. Концептуальная идея необходима учредителю для организации предпринимательской фирмы. Она не оказывает существенного влияния на деятельность самой фирмы.

11. Учредители фирмы определяют направление, вид деятельности будущей фирмы, а также круг учредителей.

12. Учредительные документы необходимы органам регистрации, но не важны для функционирования самой фирмы.

13. Юридический адрес – это почтовый адрес учредителя.

14. Учредительный договор необходим при регистрации любой фирмы, организованной любым количеством участников.

15. При регистрации фирма должна быть поставлена на учет в правоохранительные органы.

16. Фирма создает свой фирменный стиль и обязательно регистрирует товарный знак.

17. Устав фирмы предусматривает закрепление прав и обязанностей учредителей.

18. Учредительный договор закрепляет полномочия партнеров по управлению имуществом.

19. Учредительный договор не содержит данных о процедуре ликвидации фирмы.

6 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1 Нормативно-правовые акты

6.2 Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Арустамов, Э.А. Основы бизнеса [Текст] : учебник / Э. А. Арустамов. - 3-е изд., доп. и перераб. - Москва : Дашков и К, 2012. - 232 с.

Дополнительная литература

1. Бочаров С.А., Иванов А.А., Олейников С.Я., Кузьмина А.А. Основы бизнеса. Учебное пособие. - М.: Евразийский открытый институт, 2011. - 464с. - [Электронный ресурс]. – URL : http://www.iprbookshop.ru/osnovyi-biznesa.-uchebnoe-posobie.html ,

свободный
2.Крутик, Александр Борисович. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие для вузов / А. Б. Крутик, М. В. Решетова, 2008, ИЦ Академия. - 160 с

7 Образовательные технологии

При реализации программы дисциплины «Основы бизнеса» используются различные образовательные технологии.

7.1 Использование информационных технологий

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. www.consultant.ru - справочная правовая система «КонсультантПлюс»
2. www.garant.ru – справочно-правовая система «Гарант»
3. www.iqlib.ru - электронная библиотека образовательных и научных изданий Iqlib
4. www.public.ru - Интернет-библиотека СМИ Public.ru

7.2 Применение активных методов обучения

При реализации программы дисциплины «Основы бизнеса» используются следующие активные методы обучения:

Интерактивная лекция – лекция, которая проводится с применением следующих активных форм обучения:

эвристическая беседа («Сократический диалог», «метод Сократа»)

Цель метода: привлечение студентов к обсуждению проблемы, раскрытие и углубление позиции студентов, развитие навыков/умения аргументации, развивает самостоятельное и вдумчивое («критическое») мышление, способствует самопознанию, выявляет и проясняет ценностные ориентиры.

Суть метода: метод получил название от восходящего к Сократу метода обучения «эвристика» (гр. – нахожу, отыскиваю, открываю). Данный метод подходит для исследования текстов, проблем, обсуждения дискуссионных вопросов.

Данный метод путем тщательно подготовленных и сформулированных наводящих вопросов и примеров побуждает студентов прийти к самостоятельному правильному ответу:

1. В начале обсуждения преподаватель задает вопрос, открывающий изучаемую тему. Собственно, и сама тема может быть сформулирована в виде вопроса.
2. Особое значение в этом методе имеют «особые сократовские» вопросы, которые направлены на прояснение и углубление позиции собеседника:

- прямые уточняющие, проясняющие вопросы: Что вы имели в виду? Как вы можете по-другому сформулировать свою позицию?
- вопросы, требующие аргументации: Что дало вам основание сделать такой вывод? Какие аргументы вы можете привести в подтверждение своей позиции?
- вопросы с использованием аналогий
- вопросы, помогающие встать на другую точку зрения
- вопросы с использованием псевдовыводов или крайних позиций
- провокационные вопросы

При использовании данного метода вопрос задается всей группе, затем после небольшой паузы для обдумывания вызывается студент, а также привлекаются другие студенты для исправления, уточнения и дополнения ответа. Данный метод позволяет

вовлечь в процесс работы всю группу.

Сфера применения: данный метод применяется при изучении тем *«Понятие и виды бизнеса», «Концепция и родовые признаки бизнеса»*;

демонстрация наглядных пособий

Цель метода: формирование у студентов навыков самообразования, предоставление материала в виде доступном для более полного освоения студентами.

Суть метода: наглядные пособия, видео- и аудиоматериалы делают занятия более емкими и запоминающимися. В качестве таких пособий и материалов могут быть использованы: слайды, схема, таблица, картина, рисунок, фотография, книга, газета, журнал, фильм, музыка, песня, видео- и аудиозапись и т.д.

Сфера применения: данный метод при изучении курса *«Основы бизнеса» применяется на лекции по темам: «Фирма в системе современного бизнеса»,* где в качестве наглядных пособий используются слайды (электронная презентация в MS Power Point), аудио-лекция (Основы бизнеса: Электронный ресурс: электронный учебник/ Т.А. Вайс, Е.Н. Вайс, В.С. Васильцов. – Электрон. дан. и прогр. – М.: КНОРУС, 2011. – 1 электрон. Опт. Диск (CD-ROM));

Анализ конкретных ситуаций (кейс-метод)

Цель метода: формирование у студентов профессиональных умений и навыков в применении знаний на практике.

Суть метода: название кейс-метода происходит от английского слова «кейс» – папка, чемодан, портфель (можно перевести и как «случай, ситуация»). Под кейсом при этом понимается текст, который описывает ситуацию, некогда имевшую место в реальности. Кейсы могут быть представлены студентами в самых различных видах: печатном, видео, аудио, мультимедиа. Проблема, рассматриваемая в кейсе, должна быть понятной, связанной с будущей профессиональной деятельностью студентов. Анализ конкретных ситуаций (кейс-метод) позволяет активизировать студентов, что, в свою очередь, повышает эффективность профессионального обучения, мотивацию студентов к учебному процессу; приобрести навыки анализа различных профессиональных ситуаций; отработать умение работать с информацией; приобрести навыки принятия наиболее эффективного решения на основе коллективного анализа ситуации; приобрести навыки четкого и точного изложения собственной позиции в устной и письменной форме, защиты собственной точки зрения; приобрести навыки критического оценивания различных точек зрения, самоанализа, самоконтроля и самооценки. При работе с конкретными ситуациями, в свою очередь, используются методы:

работа в малых группах – для анализа конкретных ситуаций могут формироваться малые группы (2-3 чел.), что дает всем студентам возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия);

дискуссия - смысл данного метода состоит в обмене взглядами по конкретной проблеме. Это активный метод, позволяющий научиться отстаивать свое мнение и слушать других. Дискуссии обогащают представления студентов по теме, упорядочивают и закрепляют знания. Метод дискуссии используется на практических занятиях, где обсуждаются проблемные вопросы, когда студентам нужно защитить свои позиции, ответить на вопросы, другим студентам необходимо выразить свое отношение к позиции других студентов.

Сфера применения: метод «Анализ конкретных ситуаций (кейс-метод)» применяется при изучении тем *«Фирма в системе современного бизнеса», «Бизнес-планирование», «Учреждение бизнеса».*

Деловая игра

Цель метода: формирование у студентов профессиональных умений и навыков в принятии решений в ситуации приближенной к реальной, формирование навыков командной работы, навыков аналитической деятельности и аргументации.

Суть метода: метод представляет собой в комплексе ролевую игру с различными, зачастую противоположными интересами ее участников и необходимостью принятия какого-либо решения по окончании или в ходе игры. Деловые игры проходят, как правило, в форме согласованного группового мыслительного поиска, что требует вовлечения в коммуникацию всех участников игры. Деловая игра, поставив студента в ситуацию реальных действий в роли конкретного действующего лица, заставляет его мыслить конкретно и предметно, с ясно осознаваемой целью достичь реально ощутимого результата. Это обстоятельство обостряет внимание обучаемого, делает целеустремленнее мышление, а значит, способствует лучшему усвоению. Завершается деловая игра подведением итогов, где основное внимание направлено на анализ ее результатов, наиболее значимых для практики. Однако завершающая фаза может быть расширена до рефлексии всего хода игры.

Сфера применения: При изучении дисциплины «Основы бизнеса» проводится деловая игра *«Направления деятельности и риски в бизнесе»*.

Портфолио

Цель метода: систематизация самостоятельной работы студентов, демонстрация достижений и результатов работы студентов при изучении курса.

Суть метода: под термином «портфолио» понимается способ фиксирования, накопления и оценки индивидуальных достижений. Понятие «портфолио» может означать:

- антологию работ студента, предполагающую его непосредственное участие в их выборе, а также их анализ и самооценку;
- выставку учебных достижений студента по данному предмету (или нескольким предметам) за данный период обучения (семестр, год);
- коллекцию работ студента, всесторонне демонстрирующую не только его учебные результаты, но и усилия, приложенные к их достижению, а также очевидный прогресс в знаниях и умениях по сравнению с предыдущими результатами;
- систематический и специально организованный сбор доказательств, используемых преподавателем и студентом для мониторинга знаний, навыков и отношений обучаемых;
- способ фиксирования, накопления и оценки индивидуальных достижений студента в определенный период его обучения;
- форма целенаправленной, систематической и непрерывной оценки и самооценки учебных результатов студента.

Сфера применения: при изучении дисциплины «Основы бизнеса» метод «портфолио» применяется для представления результатов самостоятельной работы.

Решение практических задач

Цель метода: формирование у студентов профессиональных умений и навыков расчета экономических показателей по деятельности предприятия, умений и навыков анализировать полученные результаты.

Суть метода: метод представляет собой решение практических задач по расчету различных показателей по деятельности предприятия. Для расчета этих показателей студентам предоставляются исходные данные, имитирующие деятельность реальных предприятий. После расчета показателей студенты должны сделать выводы и принять решение.

Сфера применения: При изучении дисциплины «Основы бизнеса» решение практических задач предусмотрено по теме: *«Направления деятельности и риски в бизнесе»*.

Темы	Форма проведения	Кол-во	Компетенции

		часов	
Понятие и сущность бизнеса	Интерактивная лекция (эвристическая беседа)	2	ОК-6 ОПК-4
Концепция и родовые признаки бизнеса	Интерактивная лекция (эвристическая беседа)	4	ОК-6 ОПК-4
Фирма в системе современного бизнеса	Интерактивная лекция (демонстрация наглядных пособий)	4	ОК-6 ОПК-4
Направления деятельности и риски в бизнесе	Деловая игра на практическом занятии. Решение практических задач	6	ОК-6 ОПК-4
Бизнес-планирование	Анализ конкретных ситуаций (кейс-метод) на практическом занятии	2	ОК-6 ОПК-4
Учреждение бизнеса	Анализ конкретных ситуаций (кейс-метод)	4	ОК-6 ОПК-4
Ликвидация и реорганизация предпринимательской фирмы	Решение практических задач Анализ конкретных ситуаций (кейс-метод)	4	ОК-6 ОПК-4
Итого		26	
Лекций		10	
Практических занятий		16	

8 Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для проведения лекционных занятий используется специализированная аудитория, оснащенная следующим оборудованием: мультимедийный проектор, экран, ноутбук.

9 Контроль знаний студентов

9.1 Формы текущего контроля

Текущий контроль по дисциплине «Основы бизнеса» осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются: обсуждение вынесенных в планах семинарских занятий вопросов тем, анализ конкретных ситуаций, решение задач, тестов, написание реферата, выполнение письменных работ (проверочные тесты по темам см. в разделе Практикум).

9.2 Формы промежуточного контроля

Аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Вопросы к экзамену

	Перечень вопросов	Компетенции	
		ОК-6	ОПК-4
1	Понятие и содержание бизнеса. Экономические блага.	+	+
2	Деловые интересы в бизнесе	+	+
3	Виды предпринимательской деятельности	+	+
4	Исторические аспекты развития бизнеса в России	+	+
5	Позитивная концепция бизнеса	+	+

6	Критическая концепция бизнеса	+	+
7	Прагматическая концепция бизнеса	+	+
8	Родовые признаки бизнеса	+	+
9	Субъекты бизнеса	+	+
10	Предприятие в системе бизнеса	+	+
11	Конкуренция в бизнесе	+	+
12	Организационно-правовые формы бизнеса	+	+
13	Процедура государственной регистрации	+	+
14	Школы менеджмента и подходы к управлению	+	+
15	Общие принципы управленческой деятельности	+	+
16	Маркетинговая деятельность фирмы	+	+
17	Сущность финансов предприятия	+	+
18	Инвестиции организации	+	+
19	Понятие и сущность рисков в организации	+	+
20	Классификация рисков	+	+
21	Процесс управления рисками	+	+
22	Методы управления рисками	+	+
23	Методы финансирования рисков	+	+
24	Технологии ликвидации предпринимательской фирмы	+	+
25	Банкротство фирмы	+	+
26	Процесс реорганизации предпринимательской фирмы	+	+
27	Технологии реорганизации фирмы	+	+
28	Национализация и разгосударствление предприятий	+	+

9.3 Модульно-рейтинговая система оценки знаний студентов

Максимальное количество балов, которые может заработать студент по каждому модулю по блокам оценки

Блок оценки	Модуль 1	Модуль 2	Всего
Теоретический	8	8	16
Практико-исследовательский	14	14	28
Учебно-организационный	8	8	16
Итого	30	30	60

Примерные баллы на практических занятиях (практико-исследовательский блок)

Форма работы	Количество баллов
подготовка реферата (в рамках самостоятельного изучения темы)	до «6» баллов
проверочная работа	От «-1,5» до «1,5» баллов
решение задач на занятии	От «0,5» до «2» баллов
самостоятельное решение задач	От «0,5» до «2» баллов
конспекты	От «0,5» до «2» баллов

Форма итогового контроля по курсу «Основы бизнеса» экзамен (40 баллов) в 3 семестре**.**

Составитель: профессор кафедры менеджмента, туризма и экономической теории Л.М. Шодоева, к.э.н.

И.о. заведующего кафедрой
менеджмента, туризма и экономической теории _____ Л.В. Ищук