МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Институт биологии и биомедицины
(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДАЮ:

Директор _____ Ведунова М.В.

« 30 » августа 2017 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Основы предпринимательской деятельности
(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования
бакалавриат
(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность
05.03.06 Экология и природопользование
(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы
Экология
(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Квалификация (степень)
бакалавр
(бакалавр / магистр / специалист)

Форма обучения
очная
(очная / очно-заочная / заочная)

Нижний Новгород

2017

1. Место и цели дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы предпринимательской деятельности» относится к вариативной части Блока 1 ОПОП по направлению подготовки 05.03.06 Экология и природопользование. Дисциплина может быть выбрана студентами для освоения в 7 семестре.

Студенты к моменту освоения дисциплины «Основы предпринимательской деятельности» у студентов должны присутствовать устойчивые представления, касающиеся понятийного аппарата в области функционирования предприятия на рынке, особенностей рыночной экономики.

Целями освоения дисциплины являются:

– сформировать у студентов компетенций, связанных с пониманием механизмов функционирования рыночной инфраструктуры и ведением предпринимательской деятельности в современных условиях;

– изучить нормативные акты РФ, регламентирующие предпринимательскую деятельность, основные понятия предпринимательской деятельности, их особенности, изучить механизм функционирования предприятий различных организационно-правовых форм (от момента организации до ликвидации);

– рассмотреть основные инструменты, которые могут быть использованы предприятиями для повышения эффективности своей деятельности.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников)

Формируемые компетенции (код компетенции, уровень освоения – при наличии в карте компетенции)	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций**
ОК-3: Способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (Базовый этап)	*З1 (ОК-3): Знать* основные понятия предпринимательской деятельности. *У1 (ОК-3): Уметь* анализировать рыночную конъюнктуру и оценивать ее влияние на предпринимательскую деятельность. *В1 (ОК-3): Владеть* навыками принятия управленческого решения на основе анализа рыночной ситуации.
ОК-6: Способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (Базовый, завершающий этап)	*З1 (ОК-6): Знать* необходимую информацию о правовых и экономических аспектах создания собственного предприятия. *У1 (ОК-6): Уметь* определить свои возможности в предпринимательской деятельности; использовать знания основ предпринимательства для организации своего дела. *В1 (ОК-6): Владеть* категориальным аппаратом основ предпринимательства на уровне понимания и свободного воспроизведения.

ПК-18: Владением знаниями в области теоретических основы геохимии и геофизики окружающей среды, основ природопользования, экономики природопользования, устойчивого развития (Базовый этап)	*З1 (ПК-18): Знать* методы анализа внутренней среды компании. *У1 (ПК-18): Уметь* выявлять потребности компании в получении первичной и вторичной информации для принятия стратегически важных решений. *В1 (ПК-18): Владеть* навыками использования аналитических данных для формирования отчетов и презентации полученных результатов.

3. Структура и содержание дисциплины

Объем дисциплины (модуля) составляет 1 зачетная единица, всего 36 часов, из которых 18 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (17 часов занятия лекционного типа, 1 час мероприятия текущего контроля), 18 часов составляет самостоятельная работа обучающегося.

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), **форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**	**Всего (часы)**	В том числе				
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы, из них				**Самостоятельная работа обучающегося, часы**
		Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Занятия лабораторного типа**	**Всего**	
Модуль 1. Понятие и содержание предпринимательской деятельности	5		2		2	3
Модуль 2. Экономико-правовые аспекты развития предпринимательства в России на современном этапе.	6		3		3	3
Модуль 3. Предпринимательская среда. Комплекс форм и методов государственного регулирования предпринимательской деятельности. Инфраструктура бизнеса.	6		3		3	3
Модуль 4. Бизнес-план предпринимательской единицы. Оценка инвестиционной привлекательности, коммерческой эффективности, рисков.	6		3		3	3
Модуль 5. Анализ рыночной конъюнктуры и входных барьеров отрасли.	6		3		3	3
Модуль 6. Разработка бизнес-модели проекта стартап (startup), особенности малых предприятий.	6		3		3	3
В т.ч. текущий контроль	1					
Промежуточная аттестация – Курсовой проект						

4. Образовательные технологии

В соответствии с рабочей программой и тематическим планом изучение дисциплины проходит в виде аудиторной и самостоятельной работы студентов. Учебный процесс в аудитории осуществляется в форме занятий семинарского типа, на которых применяются следующие образовательные технологии:

1. Традиционные технологии: *практические занятия* (освоение конкретных

умений и навыков по предложенному алгоритму);

2. Технологии проблемного обучения: *практические занятия на основе кейс-метода* (обучение в контексте моделируемой ситуации, воспроизводящей реальные условия научной, производственной, общественной деятельности; обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них; кейсы базируются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации);
3. Информационно-коммуникационные образовательные технологии: *семинары-дискуссии* (коллективное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы, выявление мнений в группе).

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Виды самостоятельной работы студентов в рамках освоения дисциплины:

- изучение понятийного аппарата и проработка тем дисциплины;
- работа с основной и дополнительной литературой дома и в библиотеке;
- изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет;
- подготовка к семинарским занятиям;
- подготовка к тестам (примеры заданий см. в разделе 6.4);
- подготовка к контрольным работам и решению кейс-задач (примеры заданий и кейс-задач см. в разделе 6.4);
- подготовка курсового проекта.

Изучение понятийного аппарата дисциплины

Вся система индивидуальной самостоятельной работы должна быть подчинена усвоению понятийного аппарата, поскольку одной из важнейших задач подготовки современного грамотного специалиста является овладение и грамотное применение профессиональной терминологии. Лучшему усвоению и пониманию дисциплины помогут различные энциклопедии, словари, справочники и другие материалы, указанные списке литературы.

Работа над основной и дополнительной литературой

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к нормативно-правовым актам, научным монографиям и материалам периодических изданий. Конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую для учебной и научной работы литературу. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках.

Для аккумуляции информации по изучаемым темам рекомендуется формировать личный архив, а также каталог используемых источников. При этом если уже на первых курсах обучения студент определяет для себя наиболее интересные сферы для изучения, то подобная работа будет весьма продуктивной с точки зрения формирования библиографии для последующего написания дипломного проекта на выпускном курсе.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам.

Самоподготовка к семинарским занятиям

При подготовке к семинарскому занятию необходимо помнить, что данная дисциплина тесно связана с ранее изучаемыми дисциплинами.

На семинарских занятиях студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать. Для достижения этой цели необходимо:

1) ознакомиться с соответствующей темой программы изучаемой дисциплины;

2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;

3) изучить рекомендованную учебно-методическим комплексом литературу по данной теме;

4) тщательно изучить лекционный материал;

5) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия;

6) подготовить краткое выступление по каждому из вынесенных на семинарское занятие вопросу.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ дисциплины, раскрытия сущности основных положений, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

Подготовка курсового проекта

Курсовой проект является одной из важных составляющих учебного процесса и выполняется студентом самостоятельно в соответствии с учебным планом.

Выполнение **курсового проекта** по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности» должно способствовать углубленному усвоению студентом курса и приобретению практических навыков в области решения профессиональных задач и ситуаций, возникающих в процессе осуществления операций в сфере природопользования. Студенту предоставляется право выбора темы **курсового проекта** из числа указанных в списке (представлен в разделе 6.4).

Структура **курсового проекта** должна включать в себя главы (в основном три) с их разбивкой на параграфы (подразделы). Все части **курсового проекта** должны быть изложены в строгой логической последовательности и взаимосвязи.

Содержание работы следует иллюстрировать схемами, таблицами, диаграммами, графиками, рисунками и т.п.

Графическому материалу по тексту необходимо давать пояснение.

Объем работы составляет – 20 стр.

При оценке работы учитывается содержание работы, ее актуальность, степень самостоятельности, правильность выводов и предложений, качество используемого практического материала, а также уровень грамотности и владение терминологией (общей и специальной). Одновременно отмечаются ее положительные стороны и недостатки, а в случае необходимости указываются вопросы, подлежащие доработке.

6. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине

6.1. Перечень компетенций выпускников образовательной программы с указанием результатов обучения (знаний, умений, владений), характеризующих этапы их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

ОК-3: Способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

Общекультурная компетенция выпускника программы бакалавриата по направлению подготовки 05.03.06 «**Экология и природопользование**».

Этап формирования – базовый.

Индикаторы компетенции	Критерии оценивания (дескрипторы)						
	«плохо»	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«очень хорошо»	«отлично»	«превосходно»
Знания *Знать* основные понятия предпринимательской	отсутствие знаний материала	наличие грубых ошибок в основном	знание основного материала с рядом	знание основного материалом с рядом	знание основного материала с незначитель	знание основного материала без ошибок и	знание основного и дополнитель ного

деятельности		материале	негрубых ошибок	заметных погрешностей	ными погрешностями	погрешностей	материала без ошибок и погрешностей
Умения *Уметь* анализировать рыночную конъюнктуру и оценивать ее влияние на предпринимательскую деятельность.	Полное отсутствие умения анализировать рыночную конъюнктуру и оценивать ее влияние на предпринимательскую деятельность.	Отсутствие умения анализировать рыночную конъюнктуру и оценивать ее влияние на предпринимательскую деятельность.	Умение анализировать рыночную конъюнктуру и оценивать ее влияние на предпринимательскую деятельность при наличии негрубых ошибок	Умение анализировать рыночную конъюнктуру и оценивать ее влияние на предпринимательскую деятельность при наличии заметных погрешностей	Умение анализировать рыночную конъюнктуру и оценивать ее влияние на предпринимательскую деятельность при наличии незначительных погрешностей	Умение анализировать рыночную конъюнктуру и оценивать ее влияние на предпринимательскую деятельность без ошибок и погрешностей	Всестороннее умение анализировать рыночную конъюнктуру и оценивать ее влияние на предпринимательскую деятельность
Навыки *Владеть* навыками принятия управленческого решения на основе анализа рыночной ситуации.	Полное отсутствие навыков принятия управленческого решения на основе анализа рыночной ситуации	Отсутствие навыков принятия управленческого решения на основе анализа рыночной ситуации	Наличие минимальных навыков принятия управленческого решения на основе анализа рыночной ситуации	Посредственное владение навыками принятия управленческого решения на основе анализа рыночной ситуации	Достаточное владение навыками принятия управленческого решения на основе анализа рыночной ситуации	Хорошее владение навыками принятия управленческого решения на основе анализа рыночной ситуации	Всестороннее владение навыками принятия управленческого решения на основе анализа рыночной ситуации
Шкала оценок по проценту правильно выполненных контрольных заданий	0 – 20 %	20 – 50 %	50 – 70 %	70-80 %	80 – 90 %	90 – 99 %	100%

ОК-6: Способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

Общекультурная компетенция выпускника программы бакалавриата по направлению подготовки 05.03.06 «**Экология и природопользование**».

Этапы формирования – базовый, завершающий.

Индикаторы компетенции	Критерии оценивания (дескрипторы)						
	«плохо»	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«очень хорошо»	«отлично»	«превосходно»
Знания *Знать* необходимую информацию о правовых и экономических аспектах создания собственного предприятия.	отсутствие знаний материала	наличие грубых ошибок в основном материале	знание основного материала с рядом негрубых ошибок	знание основного материалом с рядом заметных погрешностей	знание основного материала с незначительными погрешностями	знание основного материала без ошибок и погрешностей	знание основного и дополнительного материала без ошибок и погрешностей
Умения *Уметь* определить свои возможности в предпринимательской деятельности; использовать знания основ предпринимательства для организации своего дела	Полное отсутствие умения определить свои возможности в предпринимательской деятельности; использовать знания основ предпринимательства для организации своего дела	Отсутствие умения определить свои возможности в предпринимательской деятельности; использовать знания основ предпринимательства для организации своего дела	Умение определить свои возможности в предпринимательской деятельности; использовать знания основ предпринимательства для организации своего дела при наличии негрубых ошибок	Умение определить свои возможности в предпринимательской деятельности; использовать знания основ предпринимательства для организации своего дела при наличии заметных погрешностей	Умение определить свои возможности в предпринимательской деятельности; использовать знания основ предпринимательства для организации своего дела при наличии	Умение определить свои возможности в предпринимательской деятельности; использовать знания основ предпринимательства для организации своего дела без ошибок и	Всестороннее умение определить свои возможности в предпринимательской деятельности; использовать знания основ предпринимательства для

					незначительных погрешностей	погрешностей	организации своего дела
Навыки *Владеть* категориальным аппаратом основ предпринимательства на уровне понимания и свободного воспроизведения	Полное отсутствие владения категориальным аппаратом основ предпринимательства на уровне понимания и свободного воспроизведения	Отсутствие владения категориальным аппаратом основ предпринимательства на уровне понимания и свободного воспроизведения	Наличие минимальных навыков владения категориальным аппаратом основ предпринимательства на уровне понимания и свободного воспроизведения.	Посредственное владение категориальным аппаратом основ предпринимательства на уровне понимания и свободного воспроизведения.	Достаточное владение категориальным аппаратом основ предпринимательства на уровне понимания и свободного воспроизведения	Хорошее владение категориальным аппаратом основ предпринимательства на уровне понимания и свободного воспроизведения	Всестороннее владение категориальным аппаратом основ предпринимательства на уровне понимания и свободного воспроизведения
Шкала оценок по проценту правильно выполненных контрольных заданий	0 – 20 %	20 – 50 %	50 – 70 %	70-80 %	80 – 90 %	90 – 99 %	100%

ПК-18: Владением знаниями в области теоретических основы геохимии и геофизики окружающей среды, основ природопользования, экономики природопользования, устойчивого развития.

Профессиональная компетенция выпускника программы бакалавриата по направлению подготовки 05.03.06 «**Экология и природопользование**».

Этап формирования – базовый.

Индикаторы компетенции	Критерии оценивания (дескрипторы)						
	«плохо»	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«очень хорошо»	«отлично»	«превосходно»
Знания *Знать* методы анализа внутренней среды компании.	отсутствие знаний материала	наличие грубых ошибок в основном материале	знание основного материала с рядом негрубых ошибок	знание основного материалом с рядом заметных погрешностей	знание основного материала с незначительными погрешностями	знание основного материала без ошибок и погрешностей	знание основного и дополнительного материала без ошибок и погрешностей
Умения *Уметь* выявлять потребности компании в получении первичной и вторичной информации для принятия стратегически важных решений.	Полное отсутствие умения выявлять потребности компании в получении первичной и вторичной информации для принятия стратегически важных решений	Отсутствие умения выявлять потребности компании в получении первичной и вторичной информации для принятия стратегически важных решений	Умение выявлять потребности компании в получении первичной и вторичной информации для принятия стратегически важных решений при наличии негрубых ошибок	Умение выявлять потребности компании в получении первичной и вторичной информации для принятия стратегически важных решений при наличии заметных погрешност	Умение выявлять потребности компании в получении первичной и вторичной информации для принятия стратегически важных решений при наличии	Умение выявлять потребности компании в получении первичной и вторичной информации для принятия стратегически важных решений без ошибок и	Всестороннее умение выявлять потребности компании в получении первичной и вторичной информации для принятия стратегически

				ей	незначительных погрешностей	погрешностей	важных решений
Навыки *Владеть* навыками использования аналитических данных для формирования отчетов и презентации полученных результатов	Полное отсутствие навыков использования аналитических данных для формирования отчетов и презентации полученных результатов	Отсутствие навыков использования аналитических данных для формирования отчетов и презентации полученных результатов	Наличие минимальных навыков использования аналитических данных для формирования отчетов и презентации полученных результатов	Посредственное владение навыками использования аналитических данных для формирования отчетов и презентации полученных результатов	Достаточное владение навыками использования аналитических данных для формирования отчетов и презентации полученных результатов	Хорошее владение навыками использования аналитических данных для формирования отчетов и презентации полученных результатов	Всестороннее владение навыками использования аналитических данных для формирования отчетов и презентации полученных результатов
Шкала оценок по проценту правильно выполненных контрольных заданий	0 – 20 %	20 – 50 %	50 – 70 %	70-80 %	80 – 90 %	90 – 99 %	100%

6.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Промежуточный контроль качества усвоения студентами содержания дисциплины проводится в виде защиты курсового проекта, на котором определяется:

- уровень усвоения студентами основного учебного материала по дисциплине;
- уровень понимания студентами изученного материала
- способности студентов использовать полученные знания для решения конкретных задач.

Защита курсового проекта проводится в устной форме и представляет собой собеседование в форме вопросов и ответов по итогам презентации проекта.

Процедура защиты курсового проекта: устный доклад с демонстрацией презентации.

Критерии оценивания защиты курсового проекта

«Отлично»	Содержание презентации соответствует теме доклада, информация изложена четко и логично, является достоверной; включает примеры из практики; количество слайдов – в пределах 20; присутствует творческий, оригинальный подход. Печатный вариант проекта оформлен в полном соответствии с требованиями.
«Хорошо»	Содержание презентации соответствует теме доклада, информация, в целом, изложена четко и логично, является достоверной; количество слайдов – в пределах 15. Печатный вариант проекта оформлен с небольшими неточностями.

«Удовлетворительно»	Тема доклада раскрыта поверхностно; перегружена текстом; количество слайдов – в пределах 10. Печатный вариант проекта оформлен с заметными ошибками.
«Неудовлетворительно»	Печатный вариант проекта и его презентация не подготовлены.

Критерии оценивания тестов

Тестовые задания оцениваются по пятибалльной системе в зависимости от доли правильных ответов или правильно выполненных контрольных заданий:

- «отлично»: 80–100% правильных ответов;
- «хорошо»: 65–80% правильных ответов;
- «удовлетворительно»: 50–65% правильных ответов;
- «неудовлетворительно» – 25–50% правильных ответов;
- «плохо» – менее 25% правильных ответов.

Критерии оценивания контрольных заданий

Контрольные задания состоят из нескольких задач, подразумевающих определенную последовательность действий. Контрольные задания оцениваются по альтернативной шкале в зависимости от доли верно выполненных задач:

- «зачтено»: 50–100% правильно выполненных задач;
- «не зачтено»: менее 50% правильно выполненных задач.

6.3. Критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), характеризующих сформированность компетенций

Для оценивания результатов обучения в виде <u>знаний</u> используются следующие процедуры и технологии:

– тесты;
– контрольные задания;
– курсовой проект.

Для оценивания результатов обучения в виде <u>умений</u> и <u>владений</u> используются следующие процедуры и технологии:

– практическое задание;
– контрольная работа;
– кейс-задача;
– курсовой проект.

6.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих сформированность компетенций и (или) для итогового контроля сформированности компетенции.

Темы курсовых проектов

1. Алгоритм государственной регистрация компании
2. Анализ различных подходов в теории предпринимательства.
3. Анализ целей написания бизнес-плана. Технология процесса и состав участников.
4. Виды и организационно - правовые формы коммерческих организаций
5. Виды конкуренции. Инструменты анализа рынка и конкуренции.
6. Виды реорганизации компании.
7. Внутренние источники финансирования предприятия.

8. Возможности формирования уставного капитала.
9. Воспитание предпринимательского духа у субъектов предпринимательства.
10. Методики составления бизнес-плана. Анализ различий в методологических подходах.
11. Инфраструктура поддержки стартапов в России.
12. Кадровый менеджмент и мотивация сотрудников.
13. Классификация договоров.
14. Классификация стадий развития стартапа.
15. Критерии качества бизнес-модели
16. Ликвидация предприятия. Процедура банкротства.
17. Методика расчета инвестиционной и коммерческой привлекательности проекта
18. Обзор информационных ресурсов в РФ, направленных на поддержку и развитие предпринимательства в сфере биотехнологий.
19. Объекты и субъекты бизнеса.
20. Организационно - правовые формы коммерческих организаций.
21. Основные государственные гарантии по оплате и охране труда работников.
22. Основные характеристики рынка. Оценка конкурентной ситуации.
23. Оценка и расчет конкурентоспособности компании на рынке.
24. Понятие дисконтирования. Подходы к определению нормы дисконта.
25. Понятие и виды рисков.
26. Понятие и функции предпринимательской среды.
27. Понятие предпринимательства.
28. Понятие риска в предпринимательской деятельности. Методы оценки.
29. Преференции для малых предприятий в России.
30. Примерная структура договора.
31. Принципы и подходы к управлению персоналом.
32. Процедура государственной регистрации индивидуального предпринимателя.
33. Разработка маркетингового плана и бюджета стартапа
34. Регистрация юридического лица на примере АО и ООО. Пошаговый алгоритм.
35. Типы стартапов и стратегии выхода на рынок.
36. Цели и структура маркетингового плана.
37. Этапы становления предпринимательской деятельности в РФ с начала формирование рыночных отношений по настоящее время
38. Эффективный поиск и отбор персонала. Определение требований к работе и к кандидату

Примеры тестовых задания для оценки знаний по компетенция «ОК-3»

1. Как называется конкуренция, возникающая потому, что одинаковые товары различаются только качеством, а нередко совпадают и по качеству?
А. Функциональной.
Б. Видовой.
В. Предметной
Г. Ценовой.

2. К каким факторам относятся факторы конкурентоспособности, включающие качество, продажную цену, затраты на эксплуатацию и зависящие от производительности и интенсивности труда, издержек производства и наукоемкости продукции?
А. Технико-экономическим.
Б. Коммерческим.
В. Нормативно-правовым.
Г. Инновационным.

3. Зачем надо определять главного конкурента ?
А. Для изучения потребительских свойств его товара.
Б. Чтобы знать, на кого надо опереться.
В. Для эффективного анализа рыночной ситуации.
Г Для реализации стратегии «цена лидера».

4. Какая стратегия конкуренции наиболее доходна ?
А. «Завышенная цена».
Б. Все зависит от рыночной ситуации.
В. «Цена лидера».
Г. «Снятие сливок».

5. К системе показателей конкурентоспособности товаров не относится:
А. маркетинговые показатели
Б. экономические показатели
В. международные показатели
Г. качественные показатели

6. К экономическим показателям конкурентоспособности товара относится:
А. затраты на приобретение товара
Б. оценочные показатели
В. нормативно-производственные показатели
Г. классификационные показатели

7. К маркетинговым показателям конкурентоспособности товара не относится:
А. затраты на транспорт товара
Б. имидж товара
В. известность торговых посредников
Г. известность поставщиков

Примеры тестовых заданий для оценки знаний по компетенция «ОК-6»

1. Верно ли утверждение, что учредители ООО не отвечают по обязательствам ООО и несут риск убытков только в пределах своей доли?
а) Да
б) Нет
в) в зависимости от вида деятельности

2. Соглашение сторон, по которому арендодатель обязуется приобрести в собственность указанное арендатором имущество у определенного им продавца и предоставить арендатору это имущество за плату во временное владение и пользование для предпринимательских целей называется:
а) договор финансовой аренды
б) договор поставки
в) договор проката
г) договор подряда

3. Для регистрации индивидуального предпринимателя необходим следующий пакет документов:
а) заявление о регистрации по форме Р2 1001, устав, паспорт, квитанция об оплате госпошлины;

б) заявление о регистрации по форме Р2 1001 (заверенное нотариусом), копию закона «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» паспорт (ксерокопия основных страниц), квитанция об оплате госпошлины;
в) заявление о регистрации по форме Р2 1001 (заверенное нотариусом), паспорт (ксерокопия основных страниц), квитанция об оплате госпошлины.

5. Если при регистрации юридического лица, количество участников составляет 52 человека, то можно выбрать следующую организационно-правовую форму (ОПФ):
а) производственный кооператив
б) ООО
в) ПАО
г) любую ОПФ без ограничений.

6. Деловые фирмы и отдельные лица, обеспечивающие компанию и ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров или услуг – это:
а) поставщики
б) маркетинговые посредники
в) торговые посредники

7. Распределение прибыли в ООО происходит по следующему принципу:
а) поровну;
б) в соответствии с долей в уставном капитале;
в) по трудовому участию;
г) по количеству акций.

Пример заданий для оценки знаний по компетенции ПК-18

Задание 1

Провести анализ факторов внутренней среды и заполнить таблицу для выбранной компании:

Функциональные зоны анализа	Внутренние сильные стороны компании	Внутренние слабые стороны компании
Маркетинг		
Производство		
Персонал		
Финансы		
Корпоративная культура		

Варианты задания: малое предприятие, занимающееся производством игровых приложений для мобильных телефонов; компания, распространяющая на Нижегородском рынке бухгалтерское ПО; компания «Яндекс»; крупная международная компания, региональная торговая сеть детских товаров, использующая как основной канал продвижения интернет-магазин и т.д.

Примерный план проведения управленческого обследования внутренней среды компании:

- Общие сведения о компании, историческая справка (если компания реальна);
- Список источников информации;
- Обоснования формулировок;
- Заполнение приведенной таблицы.

Задание 2

Выберите любой товар и на его остове проведите анализ по плану:

1. Название товара. Какая нужда лежит в основе покупке данного товара? Какую потребность удовлетворяет данный товар?
2. Перечислите основные факторы или наиболее значимые критерии, влияющие на покупку данного товара.
3. Основные конкуренты. Перечислите основные достоинства товара по сравнению с конкурентами. Перечислите основные недостатки товара по сравнению с конкурентами. Опишите сегмент потребителей, которые заинтересованы в данном товаре. Опишите типичного потребителя данного товара.
4. Проведите сравнительный анализ товара с товаром конкурента в таблице:

Критерий	Важность критерия	Товар А		Товар Б	
		Оценка	Оценка с учетом важности	Оценка	Оценка с учетом важности
Итого					

Сделайте вывод относительно конкурентоспособности товара.

Пример заданий для оценки умений и владений по компетенции ОК-3

Задание 1

Крупнейший по выручке и второй по числу ресторанов игрок на мировом рынке фаст-фуда - McDonald's - на фоне спада продаж собрался снижать цены на своем основном рынке - в Северной Америке. На североамериканском рынке компания не первый год переживает кризис. Продажи сети фаст-фуда продолжают сокращаться: корпорация снизила чистую прибыль в апреле-июне 2015 года на 13% — до $1,2 млрд, или $1,26 в расчете на акцию, по сравнению с $1,39 млрд, или $1,4 на акцию, за аналогичный период годом ранее. Положение дел на российском рынке у **McDonald's** также весьма плачевное: по итогам 2014 года чистая прибыль ресторанной сети в России сократилась на 42,5%, до 3,1 млрд. рублей. Тем не менее McDonald's остается крупнейшим игроком Российского и Нижегородского рынка быстрого питания.

ЗАДАНИЯ ПО КЕЙСУ:

1) Перечислите основных конкурентов McDonald's на Нижегородском рынке;
2) Как можно охарактеризовать рыночную ситуацию в этой отрасли. Обоснуйте свой ответ.
3) С какими рисками сталкивается компания сегодня?
4) Какие компенсационные мероприятия можно предложить компании?

Задание 2

Проведите SWOT анализ одного из крупнейших игроков Российского рынка онлайн торговли – компании AliExpress, определите риски с какими сталкивается компания в своей работе.

Немного статистики. Еще в начале 2000-х годов китайские товары приезжали в Россию в характерных клетчатых сумках, и люди покупали эти товары на рынках. Интернет изменил казавшуюся вечной индустрию — в 2014 году AliExpress стал крупнейши по посещаемости онлайн-магазином в России, обогнав eBay, Ozon и «Юлмарт». Сегодня россияне объединяются в соцсетях и получают китайские товары AliExpress через «Почту России» — почти на $2 млрд в год. По данным TNS Russia, на сайт ежемесячно из России заходят 16 млн. посетителей (по данным SimiliarWeb эта цифра намного больше — 55 млн.). Для сравнения: аудитория американского eBay, открывшего представительство в России на два года раньше Ali, — 8,2 млн, а у Ozon.ru — 8,5 млн.

На AliExpress россияне покупают одежду, мелкую электронику и компьютерные аксессуары, сувениры и подарки. Больше половины пользователей приходит из регионов, а в магазинах-конкурентах чаще совершают покупки жители обеих столиц. AliExpress добился народного признания, и теперь его задача — увеличить средний чек. Он составляет $20–25 (по данным компании Data Insight), у ближайшего конкурента — eBay — $40.

Алгоритм: охарактеризуйте каждый из элементов маркетинга– товар, цена, рынок, продвижение

Пример заданий к контрольной работе для оценки умений и владений по компетенции ОК-6

Вариант 1

На региональном рынке сотовых телефонов конкурируют несколько торговых марок. В таблице приведены количество реализуемых изделий каждой марки за месяц. Оцените уровень конкуренции на рынке, используя индексы Холла – Тайдмана и Херфиндаля-Хиршмана.

Торговая марка	Объем сбыта, шт.
YotaPhone	12045
Asus	42300
Lenovo	68500
Samsung	67850
Sony	55700
Apple	53300
Xiaomi	49240
Huawei	36250
Huawei	36250

Вариант 2

Рынок сока в нашей стране развивается быстрыми темпами. В таблице приведены данные о торговых марках, представленных на рынке региона: их объемы производства за декабрь минувшего года. Оцените уровень конкуренции на рынке, используя индексы Холла – Тайдмана и Херфиндаля-Хиршмана.

Торговая марка	Объем производства, тыс. л
«Добрый»	96,4
«Фруктовый сад»	95,8
«Ботаник»	73,7
«Привет»	62,3
«Сады придонья»	81,4
«J-7»	93,0
«Rich»	62,0
«Сокос»	51,9

Пример заданий для решения кейс-задач для оценки умений и владений по компетенции ПК-18

Кейс 1. Бедовый завод

С 1998 года краснодарская компания “Удача“ занимается оптовыми поставками средств защиты растений, удобрений, семян, а также горюче-смазочных материалов.

Основные покупатели — колхозы и фермерские хозяйства края. В этом бизнесе компания достигла определенных успехов. Так, поставки сельхозхимии вывели ее на годовой оборот в 2 млн. долл. Однако ситуацию омрачает ожесточающаяся конкуренция и финансовая несостоятельность заказчиков, которые все чаще прибегают к рассрочке платежей и оплате натуральными продуктами.

В 2015 году “Удача“ за $170 тыс. купила железобетонный завод, не функционирующий с 2005 года. Основная его ценность — административные и производственные здания, а также погрузочно-разгрузочные площадки. Новые собственники сразу же демонтировали оборудование и продали его по остаточной стоимости. Раньше на этом предприятии производились железобетонные изделия для строительства жилых и производственных зданий. Нынешние владельцы посчитали, что реанимация производства — дело неблагодарное. И решили найти новое применение комплексу площадью 20 тыс. кв. м и охраняемой территории в 7 га. Географическое положение завода можно назвать практически идеальным — в 13 км от него проходит федеральная трасса Ростов--Баку, а в нескольких часах езды — трасса Краснодар--Армавир. На территории завода есть и соединенная с Северокавказской железной дорогой действующая рельсовая ветка.

Одна из первых идей, которая пришла владельцам компании,– использовать помещения под собственные склады. Однако хранить малогабаритный, но очень дорогостоящий товар (тонна химпрепаратов стоит около $750 тыс.) невыгодно и небезопасно. Сдача помещения в аренду также не сулит большой материальной выгоды.

Ваша задача предложить пути решения данной проблемы, обосновав свое предложение. Используйте вторичную информацию для анализа рынков и отраслей.

Кейс 2. Рыжий мандарин

В 2014 "Рыжий мандарин" был мелкой посреднической фирмой по приему заказов на рекламные листовки в городе Йошкар-Ола. После смены собственников компания наладила свое собственное производство наружной рекламы. Фирма предлагала следующие услуги: производство транспарантов-вывесок, перетяжек, указателей и офисных табличек, а также сдача в аренду мест для размещения рекламы. На местном рынке "Рыжий мандарин" столкнулся с жесткой конкуренцией, но смог застолбить за собой весьма привлекательную и почти незанятую нишу - производство перетяжек и брандмауэров (больших настенных рекламных фотопанно).

Благодаря грамотной рыночной политике всего за полтора года "Рыжий мандарин" сумел войти в пятерку крупнейших производителей наружной рекламы республики Марий Эл. Следующим витком запланированного развития стала экспансия на столичный рынок. В 2016 году был открыт московский филиал. По расчетам руководства, низкие цены на услуги должны были стать ключевым фактором завоевания столичного потребителя. Однако москвичи встретили малоизвестного игрока с демпинговыми ценами с подозрением. Экстренное решение поднять цены только ухудшило положение региональной фирмы.

В настоящее время "Рыжий мандарин" развивает в Москве как основной вид бизнеса рекламу на перетяжках и брандмауэрных панно. В рекламе своих услуг фирма анонсирует привычные для рынка цены, снижая их только за счет так называемых welcome-скидок - специального предложения для интересных клиентов. "Рыжий мандарин" не спешит выходить на конечного потребителя, предпочитая вначале наладить сотрудничество с рекламными компаниями, которые не имеют в Москве собственных производственных мощностей. Он пытается завязать партнерские отношения и с владельцами известных торговых марок, еще не сотрудничающих с сетевыми рекламными агентствами. Таким клиентам "Рыжий мандарин" предлагает услуги по размещению рекламы на региональном рынке, где цены отличаются от московских в десятки раз. Но поскольку реклама в регионах еще не так привлекательна, как в столице, подобные

предложения зачастую остаются невостребованными. Какой же стратегии лучше придерживаться "Рыжему мандарину"? Обоснуйте свой выбор, используя вторичную информацию по исследованиям рынка, конкурентному анализу, темпу роста отрасли, целевым сегментам.

6.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания.

Положение «О проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в ННГУ», утверждённое приказом ректора ННГУ от 13.02.2014 г. №55-ОД.

Положение о фонде оценочных средств, утвержденное приказом ректора ННГУ от 10.06.2015 №247-ОД.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса – М.: Дашков и К°, 2015. – 232 с. – Доступно на ЭБС «Znanium». Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=512626
2. Бланк С., Дорф Б. Стартап: Настольная книга основателя – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 616 с. – Доступно на ЭБС «Znanium». Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520444
3. Беспалов М.В. Особенности развития предпринимательской деятельности в условиях современной России. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 232 с. – Доступно на ЭБС «Znanium». Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=414282

б) дополнительная литература:

1. Грушенко В.И. Стратегии управления компаниями. От теории к практической разработке и реализации. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 336 с. – Доступно на ЭБС «Znanium». Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=405546
2. Антонов Г.Д., Тумин В.М., Иванова О.П. Стратегическое управление организацией. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 239 с. – Доступно на ЭБС «Znanium». Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=452653
3. Горбунов В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013 – 248 с. – Доступно на ЭБС «Znanium». Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?item=bookinfo&book=414488
4. Фокс Дж. Как стать сильным конкурентом: Тактики достижения рыночного преимущества. – М.: Альпина Паблишерз, 2014. – 170 с. – Доступно на ЭБС «Znanium». Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?item=bookinfo&book=519371
5. Наумов В.Н., Шубаева В.Г. Стратегическое взаимодействие рыночных субъектов в маркетинговых системах. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 270 с. – Доступно на ЭБС «Znanium». Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=456635

в) Интернет-ресурсы

- Департамент науки, высоких технологий и образования Правительства РФ http://www.government.ru/,
- Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент) http://www.rupto.ru/
- Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор) http://www.obrnadzor.gov.ru/
- Министерство связи и массовых коммуникаций РФ (Минкомсвязь) http://www.minsvyaz.ru/

- Министерство экономического развития РФ (Минэкономразвития) http://www.economy.gov.ru/
- Федеральная служба государственной статистики (Росстат) http://www.gks.ru/
- Торгово-промышленная палата РФ; http://www.tpprf.ru/
- Портал государственных услуг РФ https://www.gosuslugi.ru/

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций, укомплектованные специализированной мебелью и демонстрационным оборудованием (доска, переносное мультимедийное оборудование (проектор, ноутбук), экран). Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению подготовки 05.03.06 Экология и природопользование.

Авторы: к.э.н., доцент _____ О.Ю. Ангелова

Ассистент _____Е.М. Дмитриева

Рецензент: _____

Заведующий кафедрой

д.э.н., профессор Ю.В. Трифонов

Программа одобрена на заседании Методической комиссии Института экономики и предпринимательства от _____, протокол № ___.

Программа одобрена на заседании Методической комиссии Института биологии и биомедицины от 30 августа 2017 года, протокол № 14.