

**Автономная некоммерческая организация
высшего профессионального образования
«Российская академия предпринимательства»
(АНО ВПО «РАП»)**



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Ермакова Е.Е.

2014г.

Кафедра: Экономическая теория, мировая экономика, менеджмент и предпринимательство
(название кафедры)

Авторы: Шкарин А.Ю., к.э.н., доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
(МОДУЛЯ)**

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(наименование учебной дисциплины (модуля))

Направление/специальность: 38.03.02 Менеджмент

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочная

<p>Одобрена на заседании Ученого Совет АНО ВПО «РАП»</p> <p>Протокол № 5 от «11» ноября 2014 г.</p>	<p>Одобрена на заседании кафедры «Экономическая теория, мировая экономика, менеджмент и предпринимательство»</p> <p>Протокол № 9 от «05» ноября 2014 г.</p>
---	---

Москва 2014 г.

1. Цели и задачи дисциплины: освоение теоретических знаний в области предпринимательской деятельности, приобретение умений и способности их применять на практике, развитие творческого мышления студентов, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых выпускнику.

Задачами дисциплины являются:

- освоение понятийного аппарата, связанного с предпринимательской деятельностью;
- изучение содержания законодательных и подзаконных актов, регламентирующих процесс создания собственного дела в Российской Федерации;
- обобщение и систематизация знаний по организации предпринимательской деятельности в Российской Федерации в современных условиях;
- приобретение умений по созданию собственного предприятия «с нуля» и процедуре его ликвидации;
- освоение разработки бизнес-плана для обоснования создания предприятия;
- ориентация выпускников на создание ими в перспективе собственного дела;
- овладение навыками предпринимательской культуры и профессиональными компетенциями в области предпринимательства.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

«Основы предпринимательства» относится к дисциплинам профессионального цикла, вариативной части и является курсом по выбору.

При освоении программного материала используются знания, полученные при изучении следующих дисциплин, предшествовавших данному курсу: «Экономическая теория», «Экономика предприятия», «Деловая этика».

«Основы предпринимательства» тесно связана с такими дисциплинами, как «Теория менеджмента», «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование:

1. общекультурных компетенций (ОК):

- способностью работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способностью проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину (ОК-3);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-4);
- способностью обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-7).
- готовностью применять экономические законы и теории, определять экономические показатели (ОК-11).

2. профессиональными компетенциями (ПК):

- умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ПК-2);
- способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-4);
- способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-6);
- способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-8);
- способностью распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев (ПК-9);

- способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-10);
- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-14);
- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (ПК-17).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- историю развития российского предпринимательства;
- социально-экономическую сущность предпринимательства;
- факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность;
- направления и методы исследования предпринимательской среды при создании собственного дела;
- особенности различных способов начала осуществления предпринимательской деятельности и организационно-правовых форм вновь создаваемой фирмы;
- методы нивелирования предпринимательского риска при создании собственного дела;
- направления государственной поддержки малого и среднего предпринимательства;
- структуру и содержание основных разделов бизнес-плана вновь создаваемой фирмы;
- порядок проведения учредительного собрания, содержание учредительных документов АО и ООО и основные процедуры юридического оформления вновь создаваемой фирмы.

Уметь:

- формулировать цели создания конкретного собственного дела;
- обосновывать выбор сферы предпринимательской деятельности, способа начала её осуществления, организационно-правовой формы предприятия в процессе создания конкретного собственного дела в сфере коммерции;
- рассчитывать потребность в финансовых средствах, необходимых для создания конкретного собственного дела в современных российских условиях и срок его окупаемости;
- разрабатывать проекты учредительных документов АО и ООО;
- оформлять документы, необходимые для государственной регистрации вновь создаваемой фирмы и лицензирования её деятельности;
- определять эффективность бизнеса.

Владеть:

- методами анализа и оценки информации, отражающей состояние и тенденции развития различных рынков;
- механизмом разработки бизнес-плана вновь создаваемой фирмы;
- навыками выступления перед аудиторией с информационными сообщениями, докладами и презентациями по актуальным проблемам российского предпринимательства.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Курсы			
		1	2	3	
Аудиторные занятия (всего)	22				
Лекции	8			8	
Практические занятия (ПЗ)	8			8	
КСР	6			6	
Самостоятельная работа (всего)	86			86	
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	36			Экз	
Общая трудоемкость зачетные единицы	144				
	4				

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов и тем дисциплины

Дисциплина "Предпринимательская деятельность" состоит из 6 разделов, которые отражают особенности осуществления предпринимательской деятельности.

Раздел 1. Общая характеристика предпринимательства

Тема 1. Понятие и содержание предпринимательства. Развитие предпринимательства в России

История возникновения и основная сущность предпринимательства: определения, цели, принципы, функции. Сущность теорий о предпринимательстве. Этапы развития предпринимательства. Правовые и социальные аспекты предпринимательской деятельности. Классификация предпринимательства. Основные виды и формы предпринимательства. Организационно-правовые формы предпринимательских организаций. Законодательные акты, регулирующие предпринимательскую деятельность.

Изучение данной темы направлено на формирование следующих компетенций: (ОК-1); (ОК-10); (ПК-2).

Тема 2. Предпринимательская среда

Сущность предпринимательской среды. Понятие внешней предпринимательской среды. Подсистемы внешней предпринимательской среды: микро- и макросреда. Факторы, влияющие на предпринимательскую деятельность и их оценка. Рынок как среда функционирования предпринимателей. Содержание внутренней предпринимательской среды. Основные подсистемы внутренней предпринимательской среды.

Изучение данной темы направлено на формирование следующих компетенций: (ОК-1);

Тема 3. Субъекты и объекты предпринимательской среды

Физические и юридические лица как субъекты (участники) предпринимательской среды. Собственность участников предпринимательской деятельности. Коммерческие и некоммерческие организации. Типы предпринимателей. Гражданские права и обязанности предпринимателей. Личностные качества предпринимателей. Принципы деятельности и поведения предпринимателей. Объекты предпринимательской среды.

Изучение данной темы направлено на формирование следующих компетенций: (ОК-3); (ОК-4); (ОК-6).

Раздел 2. Развитие российского малого предпринимательства

Тема 4. Малое предпринимательство и его роль в развитии экономики

Сущность, содержание и роль малого предпринимательства в развитии российской экономики. Организационно-правовые формы малых предприятий. Особенности малого

предпринимательства без образования юридического лица. Основные преимущества и недостатки малого предпринимательства в торговле. Основные режимы налогообложения малых предпринимателей. Государственная поддержка малого предпринимательства. Перспективы развития малого предпринимательства в торговле.

Изучение данной темы направлено на формирование следующих компетенций:
(ПК-8);

Раздел 3. Способы создания собственного дела

Тема 5. Процедура создания собственного дела

Сущность и содержание процесса создания собственного дела. Жизненный цикл предприятия. Мотивы начала осуществления предпринимательской деятельности. Предпринимательская идея, и её воплощение в хозяйственной деятельности. Оценка предпринимательской идеи. Расчет точки безубыточности бизнеса. Создание предприятия start-up. Этапы создания предприятия start-up. Планирование первоначального капитала. Разработка учредительных документов. Устав и учредительный договор. Регистрация и лицензирование конкретных видов предпринимательской деятельности.

Иные способы создания собственного предприятия. Покупка действующего предприятия. Лизинг как расширение производственных возможностей предприятия. Франчайзинг как одна из форм организации собственного дела.

Изучение данной темы направлено на формирование следующих компетенций:
(ОК-4); (ПК-14); (ОК-11); (ПК-8); (ОК-7).

Тема 6. Бизнес-план как важнейший этап создания собственного дела

Сущность и основные функции бизнес-плана. Классификация основных типов бизнес-планов. Структура и содержание бизнес-плана вновь создаваемой фирмы. Цели разработки бизнес-плана в процессе создания собственного дела. Типовые разделы бизнес-плана вновь создаваемой фирмы. Общая характеристика фирмы (резюме). Анализ состояния отрасли. План маркетинга. План производства. Организационный план. Риски в деятельности фирмы. Финансовый план.

Изучение данной темы направлено на формирование следующих компетенций:
(ПК-14); (ПК-6); (ПК-9); (ПК-4).

Тема 7. Осуществление предпринимательской деятельности и оценка её эффективности

Механизм построения оптимальной структуры предпринимательской деятельности. Управление предприятием: планирование: организация, подбор и расстановка кадров, их стимулирование, координация и контроль.

Оценка эффективности предпринимательской деятельности. Расчеты дохода, прибыльности и рентабельности бизнеса. Определение коэффициентов эффективности деятельности предпринимательской организации.

Изучение данной темы направлено на формирование следующих компетенций:
(ОК-11); (ПК-4).

Раздел 4. Инновационное развитие предпринимательства

Тема 8. Инновации в предпринимательской деятельности

Инновации: понятие, назначение, характерные признаки, классификация. Государственная политика инновационного развития предпринимательства. Инвестирование инновационной деятельности. Инновации в торговле. Оценка инновационного потенциала торговых предприятий. Оценка эффективности инноваций.

Изучение данной темы направлено на формирование следующих компетенций:
(ПК-17); (ОК-11).

Раздел 4. Формирование культуры предпринимательства

Тема 9. Предпринимательская культура этика и этикет

Сущность и значение предпринимательской культуры. Ответственность предпринимателей перед обществом. Деловая культура и практика отношений в области нравственного поведения. Корпоративная культура.

Деловая и профессиональная этика предпринимателя. Имидж предпринимателя и этический кодекс. Этические и правовые стандарты в предпринимательской деятельности. Этикет предпринимателя: нормы общения, ведение деловых бесед и телефонных разговоров. Деловой протокол.

Изучение данной темы направлено на формирование следующих компетенций: (ОК-2); (ОК-3); (ПК-10).

Раздел 5. Прекращение предпринимательской деятельности

Тема 10. Прекращение существования предпринимательской организации

Сущность реорганизации предпринимательских организаций. Принудительная и добровольная реорганизация. Основные формы реорганизации. Формы и порядок ликвидации организаций и индивидуальных предпринимателей. Механизм банкротства предприятий в сфере коммерции.

Изучение данной темы направлено на формирование следующих компетенций: (ПК-2); (ПК-9).

6. Перечень семинарских и практических занятий

№ п/п	№ раздела (модуля) и темы дисциплины	Наименование семинаров и практических работ	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5
1.	Раздел 1. Тема 1	1.1.Основное содержание предпринимательской деятельности и проблемы его развития на современном этапе 1.2. Исторические корни зарождения и эволюция российского предпринимательства. 1.3. Сравнительная характеристика предпринимателей прошлого и современных российских предпринимателей 1.4. Общая характеристика этапов развития предпринимательства в России 1.5. Сущность, принципы, функции, классификация, типы и виды предпринимательства.	тесты; дискуссия в рамках круглого стола; кейсы; эссе «Могу ли я стать предпринимателем?»	ОК-1; ОК-10; ПК-2
2.	Раздел 1. Тема 2	2.1. Факторы внешней среды и их влияние на деятельность предпринимательских организаций 2.2. Формирование внутренней предпринимательской среды 2.3. Оценка факторов внешней среды	тесты; рефераты; дискуссия	ОК-1
3.	Раздел 1. Тема 3	3.1. Физические и юридические лица – как субъекты предпринимательской деятельности 3.2. Типы предпринимателей, их права, обязанности и личные качества 3.3. Женщина предприниматель: социально-экономические и психологические проблемы становления	круглый стол «Женщина-предприниматель...»; рефераты; дискуссия	ОК-3; ОК-4; ОК-6

		и адаптации в новых условиях. 3.4. Объекты предпринимательской деятельности		
4.	Раздел 2 Тема 4	4.1. Сущность малого и среднего предпринимательства и их роль в развитии экономики. 4.2. Проблемы развития малого и среднего предпринимательства в России. 4.3. Основные преимущества и недостатки малого предпринимательства. 4.4. Формы государственной поддержки и регулирования развития малого предпринимательства. 4.5. Виды малых предприятий в оптовой и розничной торговле 4.6. Правовые основы создания и функционирования малых предприятий в торговле. 4.7 Организационно-правовые формы предпринимательских организаций: преимущества и недостатки	тесты; кейсы. рефераты; проблемные задания ситуационных задач.	ПК-8
5.	Раздел 3 Тема 5	5.1. Разработка предпринимательской идеи, и её обоснование 5.2. Основные способы и этапы создания собственного предприятия 5.3. Процедура создания предприятия start-up. 5.4. Подготовка учредительных документов 5.5. Приобретение готового бизнеса 5.6. Франчайзинг как форма организации собственного дела. 5.7. Порядок государственной регистрации индивидуального предпринимателя и юридического лица	тесты; деловая игра « Разработка предпринимательской идеи, и её обоснование»; решение кроссвордов по теме семинара; мастер-класс	ОК-4; ПК-14; ОК-11; ПК-8; ОК-7
6.	Раздел 3 Тема 6	6.1. Сущность и основные функции бизнес-плана. 6.2. Классификация основных типов бизнес-планов 6.3. Структура и содержание бизнес-плана вновь создаваемой фирмы 6.4. Процедура разработки бизнес-плана	проектное задание – «Разработка бизнес-плана предприятия start-up.	ПК-14; ПК-6; ПК-9; ПК-4
7.	Раздел 3 Тема 7	7.1. Первые шаги функционирования предпринимательской организации. 7.2. Вопросы управления, планирования, финансирования и кадрового обеспечения предпринимательской организации 7.3. Предпринимательские риски и их нивелирование. 7.4. Определение эффективности предпринимательской деятельности	проблемные задания ситуационных задач; мастер-класс	ОК-11; ПК-4
8.	Раздел 4 Тема 8	8.1. Сущность и классификация инноваций.	Деловая игра – «Разработка	ПК-17; ОК-11

		8.2. Инновации в торговле 8.3. Государственная политика инновационного развития предпринимательства. 8.4. Проблемы инвестирования инноваций 8.5. Методы оценки инновационного потенциала торговых предприятий. 8.6. Оценка эффективности инноваций	инновационной идеи для бизнеса»	
9.	Раздел 5 Тема 9	9.1. Сущность и виды предпринимательской культуры. 9.2. Этика предпринимателя: имидж и этический кодекс 9.3. Этические и правовые стандарты в предпринимательской деятельности. 9.4. Этикет предпринимателя: нормы общения, ведение деловых бесед и телефонных разговоров. Деловой протокол.	тесты; ситуационные задачи.	ОК-2; ОК-3; ПК-10
10.	Раздел 6 Тема 10	10.1. Понятие и основные виды реорганизации предпринимательских организаций 10.2. Механизм ликвидации бизнеса 10.3. Основные причины банкротства предпринимательских организаций	проблемные задания тестов; дискуссия; Решение кроссвордов по проблеме занятия	ПК-2; ПК-9

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) федеральные законы и нормативные документы:

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации. – М.: Проспект, 2010
2. Налоговый Кодекс Российской Федерации: официальный текст (ред. от 28.09.2010). – М.: Экзамен, 2010.
3. Федеральный закон "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" №129-ФЗ от 08.08.01г. (ред. от 19 мая 2010 г.)
4. Федеральный закон Российской Федерации от 26.12.95 № 208 - ФЗ «Об акционерных обществах» (в ред. от 27.12.2009).
5. Федеральный закон Российской Федерации от 08.02.98 № 14 - ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (в ред. от 30.12.2008)
6. Федеральный закон Российской Федерации от 08.05.96 №41 - ФЗ «О производственных кооперативах» (в ред. от 18.11.2006).
7. Федеральный закон Российской Федерации от 08.08.2001 № 134-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (в ред. от 19.07.2007 г.)
8. Федеральный Закон «О несостоятельности (банкротстве)» (новая редакция).- М.: ИНФРА-М, 2010
9. Федеральный закон «О финансовой аренде (лизинге)» с изменениями от 29.01.2006 г. №10-ФЗ

б) основная литература:

1. Фролов А.М., Афанасьев А.М., Гилева О.Я., Лочан С.А., Ермолаев Е.Е. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие. Самара: Самарский государственный архитектурно-строительный университет, 2012. <http://biblioclub.ru>.

2. Семакина Г.А., Кислицына О.А. Экономика и организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. Новосибирск: НГТУ, 2011. <http://biblioclub.ru..>
3. Колпакиди Д.В. Предпринимательская деятельность. Иркутск: Иркутский государственный лингвистический университет, 2012. <http://biblioclub.ru>.

в) дополнительная литература:

4. Косов М.Е., Крамаренко Л.А., Эриашвили Н.Д. Налогообложение предпринимательской деятельности. Теория и практика: учебник. М.: Юнити-Дана, 2012. <http://biblioclub.ru>.
5. Алексеев С.В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности: учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2012. <http://biblioclub.ru>.

г) программное обеспечение:

«Гарант», «Консультант Плюс»

д) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. <http://www.businessvoc.ru> -Бизнес словарь
2. <http://www.chin.ru> - Сайт корпоративного менеджмента
3. <http://www.research.rbc.ru> - РосБизнесКонсалтинг
4. <http://www.allmedia.ru> - Российский деловой портал
5. <http://giac.ru> – Аналитика малого предпринимательства
6. <http://www.mbm.ru> - Малый бизнес Москвы
7. <http://www.tvsmе.ru> – Первый канал бизнеса
8. <http://www.svoу.biz> – Своё дело

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины: Project Expert, компьютерное и мультимедийное оборудование для проведения презентаций.

9. Образовательные технологии:

Учебные занятия по дисциплине «Основы предпринимательства» проводятся на основе чтения лекций в виде презентаций и проведения практических и семинарских занятий с широким использованием инновационно-педагогических технологий: круглый стол с проведением дискуссий, решением кейс - стади, ситуационных задач, деловых игр и др.

При проведении семинарских и практических занятий, а также в рамках самостоятельной подготовки студентов применяются следующие формы инновационных образовательных технологий:

1. Дискуссия – от латинского «discussion» (рассмотрение, исследование) – способ организации совместной деятельности с целью интенсификации процесса принятия решения в группе.

Дискуссия проводится на каждом семинаре в виде обсуждения эссе, докладов, рефератов (темы семинарских занятий №1,2,3,9), а также круглых столов - наиболее актуальной и распространенной в образовательной практике форме проведения дискуссии (темы занятий № 1;3).

2. Метод кейс-стади – представляет технику обучения, которая использует письменное описание и анализ реальных экономических и социальных ситуаций, возможные решения и выбор лучших из них (тема занятия № 1, 4, 7, 10).

3. Метод проектов, в рамках которого осуществляется подготовка студентами проектов по созданию собственного бизнеса. Работа проводится самостоятельно. На занятиях студенты делают презентацию своих проектов в программе Microsoft Office PowerPoint (тема занятия № 6).

4. Деловая игра – метод имитационного моделирования реальных механизмов и процессов (темы занятий №8)

5. Проблемные задания тестов. Тесты представляют собой стандартизированные задания, по результатам, выполнения которых судят о знаниях и навыках студентов, в какой-либо области (темы занятий №1;2;4;5;9;10).

6. Решение кроссвордов. Кроссворд – удобная форма активизации мышления студентов. В процессе подготовки кроссворда студенту необходимо тщательно прорабатывать теоретический и практический материал, обращаться не только к лекциям и учебникам, но и к дополнительной и справочной литературе. В ходе такой проработки и отбора материала студент, без сомнения, более глубоко усваивает уже полученный материал и приобретает дополнительную информацию, которая постепенно накапливается, формируя более высокий уровень знаний (темы занятий №5;9).

7. Мастер-класс - передача уникального опыта представителями бизнеса (темы занятий №5;7)

10. Оценочные средства (ОС):

10.1. Оценочные средства для входного контроля – тестирование студентов для определения базовых знаний, необходимых для освоения дисциплины «Предпринимательская деятельность».

Тестовые задания:

1. Кто в компании принимает участие в обслуживании потребителя:

- 1) продавец
- 2) директор компании
- 3) владельцы и все работники компании

2. Физическое или юридическое лицо, которое приобретает значительное количество товара у производителей и организует их движение – это:

- 1) розничный торговец
- 2) консигнатор
- 3) оптовый торговец

3. Фирма производит и продает один тип шариковой ручки по одной цене. Вся реклама фирмы однотипна и направлена на весь рынок в целом. В своей деятельности фирма ориентируется на:

- 1) маркетинговую концепцию
- 2) сегментацию рынка
- 3) стратегию концентрации
- 4) стратегию массового охвата

4. Если компания производит продукцию, реализуемую по высоким ценам, а её потребители проживают конкретно в одном районе, какой метод продвижения товара она будет в основном использовать?

- 1) рекламу
- 2) личные продажи
- 3) публичность
- 4) стимулирование сбыта

5. Ваша фирма столкнулась на рынке массового спроса с ситуацией, когда вторичный спрос стабилизировался, а первичный – насыщен, хотя и не полностью удовлетворен. В ближайшее время не стоит ожидать быстрого развития новых рынков. Какую стратегию маркетинга выберет фирма, если она действует на рынке первичного и вторичного спроса?

- 1) экстенсивного развития
- 2) интенсивного развития
- 3) усиления конкурентоспособности
- 4) создания круга надежных клиентов

10.2. Оценочные средства текущего контроля - проблемные задания тестов, ситуационных задач, деловых игр, рефератов, эссе.

Тестовые задания по темам семинарских занятий:

Тема №1

1. Кто впервые ввел в оборот понятия: «предприниматель» и «предпринимательство»?

- 1) Адам Смит
- 2) Дэвид Риккардо
- 3) Ричард Кантильон
- 4) Алан Маршал
- 5) Поль Самуэльсон
- 6) Карл Маркс

2. Как в Гражданском Кодексе РФ трактуется предпринимательская деятельность?

- 1) самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг
- 2) процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью; процесс, поглощающий время и силы, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности; процесс, приносящий денежный доход и личное удовлетворение достигнутым.
- 3) инициативная самостоятельная деятельность граждан и их объединений, направленная на получение прибыли, осуществляемая на свой риск и под свою имущественную ответственность.

3. Развитию, каких отраслей промышленности в первую очередь способствовал Петр I ?

- 1) Деревообработки
- 2) Металлургического производства
- 3) Судостроения
- 4) Горного дела.
- 5) Свечного и мыловаренного производства

4. Какие объединения купцов получили наибольшее распространение в 13-14 веках?

- 1) Складников
- 2) Торговых людей суконной сотни
- 3) Вокруг храма
- 4) Торговых людей гостиной сотни

5. Какие льготы были предоставлены частным предпринимателям в 18 веке?

- 1) Обеспечение гарантированными государственными заказами
- 2) Освобождение от государственной службы
- 3) Беспроцентные ссуды
- 4) Предоставление временных льгот от податей и пошлин
- 5) Все вышеперечисленное

Тема №2

1. Какие из перечисленных факторов не относятся к факторам внешней предпринимательской среды?

- 1) Экономическая среда
- 2) Политическая среда
- 3) Правовая среда
- 4) Потребительская среда
- 5) Культурная среда
- 6) Демографическая среда
- 7) Маркетинговая среда
- 8) Институциональная среда

2. Что такое экономическая среда?

- 1) Совокупность факторов, влияющих на покупательскую способность потребителей и структуру потребления.
- 2) Закономерности изменения структуры расходов семей и отдельных личностей в зависимости от уровня их доходов.

3) Силы, способствующие созданию новых технологий, благодаря которым возникают новые товары и маркетинговые возможности.

3. Наличие и разнообразие институтов, с помощью которых предприятие осуществляет предпринимательскую деятельность:

- 1) Экономическая среда
- 2) Социальная среда
- 3) Культурная среда
- 4) Институциональная среда
- 5) Демографическая среда

4. Укажите фактор, не являющийся составной частью микросреды

- 1) Поставщики
- 2) Конкуренты
- 3) Контактные аудитории
- 4) Научно-технический прогресс
- 5) Клиенты

5. Внутренняя предпринимательская среда – это:

- 1) Совокупность внутренних условий функционирования предпринимательской организации
- 2) Функциональные подразделения предприятия
- 3) Система отношений между сотрудниками предприятия

Тема №4

1. Какая организационно-правовая форма юридического лица предусматривает обязательное личное трудовое участие членов в производственной деятельности:

- 1) Общество с ограниченной ответственностью
- 2) Закрытое акционерное общество
- 3) Производственный кооператив
- 4) Открытое акционерное общество

2. Какую ответственность несут члены товарищества на вере по его обязательствам?

- 1) Полные товарищи и коммандитисты несут полную ответственность.
- 2) Полные товарищи и коммандитисты несут ответственность в пределах своего вклада.
- 3) Полные товарищи несут полную ответственность по делам товарищества, как своим вкладом, так и всем своим имуществом, а коммандитисты – в пределах вклада в имущество товарищества.

3. Что является отличительной чертой индивидуального предпринимателя?

- 1) Имущественная ответственность лишь в пределах внесенного пая.
- 2) Ответственность по обязательствам всем принадлежащим имуществом.
- 3) Обязательность представления устава предприятия.
- 4) Обязательность внесения вклада на расчетный счет.

4. К коммерческим организациям не относятся:

- 1) Религиозные организации
- 2) Хозяйственные общества
- 3) Производственные кооперативы
- 4) Потребительские кооперативы
- 5) Акционерные общества

5. Участники акционерного общества по своим обязательствам несут:

- 1) Солидарную ответственность
- 2) Ограниченную ответственность
- 3) Субсидиарную ответственность
- 4) Солидарно субсидиарную ответственность

Тема № 5

1. Расположите этапы жизненного цикла предпринимательской идеи в правильной последовательности:

- 1) независимая экспертная оценка
- 2) расчеты затрат на производство продукции

- 3) зарождение предпринимательской идеи
- 4) получение рыночной информации
- 5) принятие предпринимательского решения
- 6) реализация предпринимательской идеи
- 7) подготовка к практической реализации идеи
- 8) первая экспертная оценка идеи

2. Юридическое лицо считается созданным с момента:

- 1) Постановки на учет во все фонды
- 2) Получения свидетельства о государственной регистрации
- 3) Получения лицензии

3. Признаки юридического лица (совокупность прав и обязанностей) возникают в результате

- 1) Волеизъявления учредителей
- 2) Стечения обстоятельств
- 3) Экологической катастрофы
- 4) Экономической ситуации

4. Кто может выступать учредителями предприятия?

- 1) Только физические лица
- 2) Только юридические лица
- 3) Физические и юридические лица

5. Фирма, выпускающая трикотажные изделия (белье, чулочные изделия) реализовывала их через сеть специализированных магазинов. В последний год фирма начала упаковывать часть своей продукции в специальную упаковку и продавать изделия в супермаркетах. Успех фирмы можно в данном случае объяснить инновациями:

- 1) производства
- 2) реализации
- 3) продвижения на рынок
- 4) ценовой политики

6. Какой вид инноваций направлен на повышение производительности труда, экономию ресурсов, эффективное использование внутрифирменных информационных систем?

- 1) инновации продукции
- 2) инновации технологии
- 3) социальные инновации

7. Какая причина создает сложности в привлечении высококвалифицированных специалистов в малый бизнес?

- 1) расстояние проезда от места жительства до фирмы.
- 2) отсутствие большой среды общения.
- 3) напряженность отношений с другими специалистами.
- 4) трудности обеспечения адекватной большому бизнесу заработной платы.

8. Документ, который определяет правоспособность предприятия, его правовой статус – это:

- 1) Учредительный договор
- 2) Устав
- 3) Лицензия

Тема №9

1. Особенности нравственного сознания, поведения и взаимоотношения людей, обусловленные спецификой профессиональной деятельности – это:

- 1) Корпоративная этика
- 2) Деловая этика
- 3) Профессиональная этика

2. Обмен между продавцами и покупателями считается этичным, если:

- 1) покупатели получают выгоду

- 2) продавцы получают выгоду
- 3) обе стороны получают выгоду

3. Какая концепция касается обязательств, которые предприниматель (организация) имеет перед группами, способными повлиять на достижение организацией своих целей?

- 1) Концепция ответственности за прибыль,
- 2) Концепция ответственности перед заинтересованными лицами,
- 3) Концепция ответственности перед обществом.

4. Отношения между продавцами в конкурентных ситуациях – это:

- 1) этика обмена;
- 2) этика конкуренции.

5. В какой части корпоративного кодекса описывается миссия компании?

- 1) В идеологической части;
- 2) В нормативной части.

Тема №10

1. Процедура банкротства, применяемая к должнику в целях обеспечения сохранности имущества должника, проведения анализа его финансового состояния и пр. – это

- 1) Внешнее управление
- 2) Наблюдение
- 3) Конкурсное производство
- 4) Мировое соглашение

2. Причины ликвидации предприятия (укажите неверный вариант):

- 1) Банкротство
- 2) Окончание срока создания
- 3) Реорганизация
- 4) Грубые нарушения законодательства

3. Формы реорганизации юридического лица

- 1) Разделение, выделение, слияние, присоединение.
- 2) Разделение, выделение, преобразование, присоединение.
- 3) Разделение, выделение, слияние, преобразование, присоединение.

4. Формы прекращения юридического лица

- 1) Реорганизация
- 2) Ликвидация
- 3) Реорганизации или ликвидация

5. Какие требования кредиторов удовлетворяются в первую очередь при объявлении индивидуального предпринимателя банкротом?

- 1) Расчеты по выплате выходных пособий и оплате труда с лицами, работающими по трудовому договору.
- 2) Требования по обязательствам, обеспеченным залогом имущества индивидуального предприятия
- 3) Требования граждан, перед которыми предприниматель несет ответственность за причинение вреда жизни или здоровью
- 4) Требования по обязательным платежам в бюджет и во внебюджетные фонды
- 5) Производятся расчеты с другими кредиторами

Кейс «Определение предпринимательских рисков, связанных с открытием нового магазина»

Неотъемлемой частью предпринимательской деятельности является риск, в силу этого фактора предпринимательство зачастую сдерживается или используется не в полной мере.

Описание ситуации.

Начинающий предприниматель открыл специализированный магазин по продаже велосипедов «Vicycle». Организационно-правовая форма предприятия – Общество с ограниченной ответственностью.

Магазин предлагает широкий ассортимент товаров, ориентированных на потребителей всех возрастов при среднем уровне цен, доступном для рядового покупателя. Торговая площадь магазина 25 кв. метров. Помещение взято в аренду на три года. Основными поставщиками магазина являются «ЮНИСПОРТ» и "АТАЛИС".

Цели и задачи магазина представлены в таблице:

Цели, задачи и мероприятия магазина

Цели	Задачи и мероприятия
Получение максимальной прибыли	Совершенствование обслуживания, маркетинговые мероприятия.
Обеспечение рынка сбыта собственной продукции	Высокое качество товара, наличие её разновидностей, доступные цены, предоставление кредита, введение системы скидок.
Повышение качества обслуживания	Заказ через Интернет, по телефону, курьерская доставка, сотрудничество с сервисными фирмами, службами доставок, гарантийный ремонт.

Организационная структура и управление магазином очень просты: руководство осуществляет директор, у него в подчинении два продавца.

Директор и продавцы получают постоянный оклад и % от продаж ежемесячно.

Продавцы работают неделя через неделю с понедельника по пятницу и каждую субботу, воскресенье.

Описание бизнеса. Основной вид деятельности магазина розничная торговля велосипедами. Партнерами являются эксклюзивные дилеры ведущих мировых производителей велосипедов. Главный аспект продаж – различные модели велосипедов, как для взрослых, так и для детей, в период весна – лето.

Особенностями работы магазина являются:

Режим работы: с 10:00 до 19:00 без перерывов и выходных.

Месторасположение – одной из самых оживленных дорог города, внутри торгового комплекса «О'Кей».

Выбрать товар можно как непосредственно в магазине, так и на интернет-сайте. Заказ через телефон и Интернет. Доставка по городу бесплатно. Консультации при выборе товара.

Оплата товара и его доставки производится наличным или безналичным платежом.

На весь ассортимент товара распространяется гарантии в соответствии с Законом о правах потребителя.

Маркетинг. В настоящее время в Москве функционирует значительное число спортивных магазинов. Однако ни один из них не отвечает главному принципу – доступным ценам и широкому ассортименту.

Основными потребителями велосипедов являются дети и подростки. Взрослые и молодежь составляют всего 5%. Покупка велосипедов осуществляется также через частных поставщиков велосипедов, в основном из Японии, Китая и Кореи.

За последнее время наметился рост спроса на велосипеды. В основном это связано с расширением ассортимента, появлением аксессуаров к товарам, осознанием необходимости ведения здорового образа жизни.

Спрос на спортивные товары не обладает ярко выраженной сезонностью, однако присутствуют циклические изменения объемов осенью и в конце зимы.

SWOT- анализ магазину «Bicycle»

Магазин «Bicycle»			
Сильные стороны		Слабые стороны	
1	Удобный режим работы	1	Ориентация на один вид товара
2	интенсивность транспортного потока	2	Небольшой срок работы магазина
4	высокое качество продукции		

4	Высокий уровень обслуживания		
	Возможности		Угрозы
1	Организация вело клуба	1	Появление новых конкурентов
2	Открытие велосервиса		

Вся маркетинговая деятельность магазина сводится к периодической рекламе продукции в спортивных журналах.

Конкуренты. На данный момент в Москве в районе, где расположен магазин, занимаются продажей велосипедов 6 магазинов. Четыре из них не специализируются в продаже велосипедов:

1. Туристическая компания ООО «Босфор-тур». Поскольку основной ориентир их деятельности направлен на предоставление туристических услуг, ассортимент велосипедов, производства Корея, Япония, Россия, очень небогатый.

2. В магазине «Старт» имеются велосипеды в наличии и на заказ, возможна отправка в регионы.

3. Магазин «Пелитон» больше специализируется на бытовых товарах, велосипеды предлагает только для детей от 2 до 12 лет. Возможен безналичный расчет.

4. Магазин компании «Велотрейд» имеет небольшой ассортимент велосипедов, в основном производства Тайвань.

Еще два магазина могут составить сильную конкуренцию.

1. Магазин «Альянс» имеет очень богатый ассортимент велосипедов и аксессуаров к ним производства Россия - Тайвань, США - Китай, Тайвань.

2. Магазин «Спорттовары» имеет небольшой выбор велосипедов, но представленные товары высокого качества. Производство США. Большой ассортимент аксессуаров.

Сравнительные характеристики товаров по двум основным конкурентам – магазинам «Альянс» и «Спорттовары» представлены в таблице:

**Основные характеристики товаров по магазинам основных конкурентов
«Альянс» и «Спорттовары»**

Характеристики товара-велосипеда	Альянс	Спорттовары
Цена	Умеренные	Высокие
Качество	От среднего до высокого	Высокое
Производители	Россия - Тайвань, США - Китай, Тайвань	США
Торговая марка	АТОМ, Jamis, Merida, Peugeot	Marin
Реклама	Нет	Нет
Техническое обслуживание	Есть	планируется
Ассортимент	глубокий, продажа под заказ	небольшой
Гибкость цен	негибкие	праздничные скидки
Основные преимущества товара	доступная цена	известность марки

Основные недостатки товара	комиссионный товар	высокая цена
Доля рынка	45	10

Задание:

1. Определите основные предпринимательские риски магазина «Bicycle»
2. Используя метод экспертных оценок, определите уровень предпринимательского риска.
3. Разработайте предложения по нивелированию предпринимательских рисков

Деловая игра «Организация кафе»

Цель игры: закрепить на практике механизм создания собственного бизнеса (на примере создания небольшого кафе).

Задачи: дать студентам определенные навыки по созданию собственного предприятия в сфере коммерции, а именно:

- формировать идеи о занятии определенным видом предпринимательской деятельности,
- проведение рыночных исследований с целью обоснования идеи
- оценка идеи создания предприятия.

Форма и время проведения:

Игра проводится небольшими группами по 3-4 человека. Время проведения игры 10 часов.

Содержание игры:

Деловая игра моделирует процедуру создания собственного дела.

Суть задания заключается в следующем:

В университете имеется студенческое кафе. Однако количество мест в кафе недостаточно. Возникла идея создания недалеко от вуза небольшого молодежного кафе.

Преподаватель, ведущий игру, напоминает ее участникам о том, что работа должна быть тщательно спланирована и состоять из комплекса последовательных частных действий (этапов).

Этапы проведения:

1. Описать идею создания небольшого кафе
2. Провести исследование рынка
3. Оценить идею создания кафе (рассчитать точку безубыточности).

Рассмотрим краткое содержание каждого этапа:

Деловая игра начинается с описания идеи создаваемого кафе (место расположения, организационно-правовая форма, атмосфера, сервис и пр.).

На втором этапе проводится исследование рынка, которое поможет проанализировать ситуацию в той сфере, в которой будет работать предприниматель и выбрать свою хозяйственную и рыночную нишу.

Рыночные исследования включают изучение спроса и его динамики, доступности и возможности расширения рынка, уровня цен и конкуренции, потенциальных потребителей.

Несмотря на то, что в каждом конкретном случае структура исследования рынка будет индивидуальна, можно говорить, по крайней мере, о пяти обязательных его этапах:

- определения целей и задач исследования,
- отбора источников информации,
- сбора информации,
- анализа собранной информации,
- описание результатов исследования.

Исходным пунктом рыночного исследования является точная формулировка его целей и задач. Они прямо вытекают из специфической проблемы, актуальной для фирмы в тот или иной промежуток времени.

В ряде случаев при формировании этого этапа выполняются предварительные (неформальные) исследования маркетинга для получения данных, позволяющих уточнить содержание имеющей место проблемы и цели предстоящего изучения.

Отбор источников информации осуществляется с целью облегчения задачи поиска необходимых сведений. Правильный выбор источников освобождает от излишних усилий по сбору данных. Основной задачей при этом является получение необходимых данных с максимальной быстротой и эффективностью.

Сбор информации в зависимости от особенностей объекта исследования предполагает использование методов изучения рынка, товара, конкурентов, потребителей и т.д.

Анализ собранной информации предполагает ее изучение, переработку с помощью различных методов и приемов, а также извлечение необходимых сведений из всего массива полученных данных. При этом широко используются экономико-статистические и экономико-математические методы обработки информации.

Представление результатов исследования предполагает разработку выводов и рекомендаций. Они должны непосредственно вытекать из результатов анализа, быть аргументированными и достоверными, направленными на решение исследуемых проблем.

Итоги рыночного исследования представляются в виде отчета (см. «Изучение приемов обработки анкеты и создание отчета об исследовании маркетинга»).

Заключительной стадией деловой игры является оценка создания предприятия (кафе) и рентабельности бизнеса, а также определение величины начального капитала, то есть суммы денег, ценных бумаг или материально-вещественных ценностей, необходимых предпринимателю для открытия собственного дела.

Методические указания для проведения деловой игры

Начальный капитал включает и так называемый стартовый капитал, то есть расходы, связанные с подготовкой производства товаров или услуг. Они включают в себя определенные затраты на создание собственного предприятия:

- его регистрацию (уплату регистрационного сбора);
- оплату подготовки учредительных документов;
- услуги нотариуса;
- открытие расчетного счета в банке;
- изготовление эскиза печати, штампов, товарного знака;
- получение кодов деятельности;
- разрешение милиции на изготовление печати и штампов и пр.

Затраты, связанные с организацией предприятия и его финансированием делятся на три группы:

Организационные расходы. Это суммы, необходимые для разовых выплат в процессе организации бизнеса. Это расходы на закупку оборудования, транспорт, реконструкцию помещений, регистрационный сбор, изготовление фирменных бланков и печати. В отдельных случаях – приобретение нового магазина или партии товаров, необходимых для начала работы. Сюда также могут входить суммы, которые потребуются для обеспечения работоспособности бизнеса на этапах его становления. Это оборотный капитал. Организационные издержки должны учитываться отдельно от текущих затрат, связанных с работой предприятия.

Постоянные расходы (накладные расходы). Это: аренда помещений, заработная плата, отчисления в бюджет, страхование и административные расходы.

Переменные расходы (прямые расходы). Для производственных предприятий – это стоимость сырья, материалов, заработная плата и др.

Определив объем и источники инвестирования, предприниматель должен провести оценку идеи и принять окончательное решение о создании предприятия.

В основе оценки предпринимательской идеи лежат механизмы определения доходности инвестирования и анализа безубыточности. Доходность инвестирования связана со сроком окупаемости и дисконтированием дохода.

Срок окупаемости инвестиций определяется отношением суммы первоначальных инвестиций к ежегодным денежным доходам от реализации предпринимательской идеи:

$$T_o = \frac{\sum I_n}{D_u}$$

Где: T_o – срок окупаемости инвестиций;
 $\sum I_n$ – сумма первоначальных инвестиций;
 D_u – денежные доходы.

Но в условиях инфляции его определение невозможно без применения коэффициента дисконтирования, который определяется по формуле:

$$K_d = \frac{1}{(1 + P)^n}$$

Где: K_d – коэффициент дисконтирования;
 P – отношение банковской кредитной ставки к 100;
 n – количество лет инвестирования.

Эффективность инвестирования определяется отношением суммы дисконтированного дохода к сумме дисконтированного расхода. Реализация предпринимательской идеи считается эффективной, если этот коэффициент больше единицы.

Определение предела безубыточности, показывает уровень производства и продаж, при котором финансовые поступления покрывают расходы на производство. В этой точке оно становится безубыточным, но и прибыли еще не дает.

Существует несколько способов расчета предела безубыточности, в том числе графический и арифметический, который можно выполнить по следующей методике:

$$P_b = \frac{P_n}{C - P_{пер}}$$

Где: P_b – предел безубыточности;
 P_n – постоянные (накладные) расходы;
 C – продажная цена;
 $P_{пер}$ – переменные расходы.

Есть еще один метод подсчета предела безубыточности:

$$ПБ = \frac{НР}{ВМ} \times 100$$

Где: ПБ – предел безубыточности;
НР – накладные (постоянные) расходы;
ВМ – валовая маржа, где: $ВМ = \frac{ВП}{ВР} \times 100$

Где: ВП – валовая прибыль без учета накладных расходов;
ВР – выручка от реализации.

Анализ безубыточности позволяет получить показатель степени риска, которую несет в себе предпринимательская идея. Чем выше расположена точка нулевой прибыли, тем надежнее должна быть гарантия осуществления ваших прогнозов по объемам реализации, поэтому следует не допускать, слишком высоких постоянных расходов на этапе становления бизнеса.

Игра проводится в четыре этапа:

1 этап «Определение целей и задач исследования. Разработка анкет»

Каждая группа студентов в начале исследования определяет его цель и задачи. Основной метод сбора информации для всех групп - опрос. При разработке анкет необходимо учитывать следующие требования: количество, формулировку и последовательность вопросов. Исходя из этого, число вопросов в анкете не должно превышать 30. В ней не должно быть вопросов с неясными формулировками, вопросов, на которые невозможно ответить, не захотят ответить, а должны присутствовать вопросы, ответы на которые соответствуют достижению цели исследования. Личностные вопросы должны быть сформулированы очень осторожно и задаваться в самом конце анкеты. Язык

анкеты должен быть приближен к языку опрашиваемого. При разработке вопросов необходимо учитывать психологический фактор. Вопросы должны пробудить интерес у опрашиваемых, быть точными, легкими для понимания и вызывать прямые ответы.

При составлении анкеты выделяют два типа вопросов: закрытые и открытые.

Закрытый вопрос включает все возможные варианты ответов, и опрашиваемый просто выбирает один из них.

Основные формы закрытых вопросов:

1. Альтернативный вопрос. Вопрос, предлагающий выбор из двух ответов: «да», «нет».

2. Вопрос с выборочным ответом. Вопрос, предлагающий три и более вариантов ответов на выбор.

3. Вопрос со шкалой Лайкерта. Вопрос с предложением указать степень согласия или несогласия с сутью сделанного заявления:

а) решительно не согласен,

б) не согласен,

в) не могу сказать,

г) согласен,

д) решительно согласен.

4. Шкала важности. Шкала с ранжированием любой характеристики по степени важности:

а) исключительно важно,

б) очень важно,

в) довольно важно,

г) не очень важно,

д) совсем не важно.

5. Оценочная шкала. Шкала с ранжированием любого признака от «неудовлетворительно» до «отлично»:

а) отличное,

б) очень хорошее,

в) хорошее,

г) сносное,

д) неудовлетворительное.

Открытый вопрос дает опрашиваемым возможность отвечать своими словами.

Наиболее распространенным открытым вопросом является вопрос без заданной структуры. Вопрос, на который опрашиваемый может ответить практически бесчисленным количеством способов.

Для составления анкеты лучше использовать формы закрытых вопросов, так как время ее обработки и анализ собранной информации значительно сокращаются.

Анкета создается в Microsoft Excel для Windows XP. Excel является частью большого программного комплекса Microsoft Office, который способен эффективно взаимодействовать с процессором баз данных, текстовым процессором и т.д., и предназначен в основном для большого объема расчетов. Подразумевается, что общее представление о данном программном продукте студенты получили при слушании курса «Информатика», поэтому ниже приводится последовательность создания формы анкеты и ее обработки с учетом ключевых моментов.

За шаблон анкеты берется специально созданная стандартная форма анкеты, которая находится в файле anketa.xl на жестком диске компьютера в каталоге ANKETA. Данный файл открывается, модернизируется и совершенствуется студентом с учетом выданного ему задания.

Придав своей анкете совершенный внешний вид, можно распечатать ее и приступить к анкетированию.

Этап 2 «Сбор информации»

В деловой игре студенты осуществляют сбор первичной информации. Целью сбора является получение дополнительных данных, связанных с решением конкретных

маркетинговых задач. Основным методом сбора первичных маркетинговых данных (как уже указывалось выше) является опрос.

Преподаватель определяет студентам время и место для проведения опроса.

Этап 3 «Обработка данных, полученных в ходе анкетирования и оформление отчета»

После проведения анкетирования необходимо проставить ответы в соответствующих ячейках своего файла (используя копирование и вставку). Отчет об исследовании на основе анкеты должен содержать ряд разделов (табл. 1).

Таблица 1

Разделы отчета проведенного исследования	
Наименование раздела	Содержание разделов
Введение	Название отчета. Заказчик, для которого производилось исследование. Определение проблемы, целей и изложение гипотез, на которых строилось исследование. Сведения об исполнителе. Ссылки на использованные материалы, краткое описание разделов. Выражение благодарности лицам и организациям, оказавшим содействие в подготовке отчета
Методология исследования	Характеристика этапов исследования. Существенные определения. Источники данных, размеры и состав выборки, методы исследования, использованные в ходе сбора и обработки данных
Результат исследования	Перечень тех результатов работы, которые, по мнению экспертов, могут быть полезны для принятия решений руководством фирмы
Выводы и рекомендации	Мнение специалистов о состоянии объекта, выявленных тенденциях его развития, перспективах, а также направлениях и средствах устранения имеющихся проблем

Делаем видимыми все скрытые столбцы и строки и начнем обработку анкеты.

Рассмотрим процесс создания диаграмм по ключевым вопросам, которые будут служить приложением для вашего отчета.

1. Выберите из анкеты ключевые вопросы. Они должны быть обязательно закрытого вида, минимум 3 или 4.

Один или два вопроса должны позволить произвести сегментацию потребительского рынка по демографическим признакам (возраст, пол, размер семьи, этапы жизненного цикла) или социально-экономическим (социальная или профессиональная принадлежность, уровень образования и доходов).

Другие вопросы должны позволить произвести сегментацию потребительского рынка по поведенческим признакам: нормы потребления или степень использования товара или услуги, чувствительность к цене, чувствительность к рекламе, чувствительность к обслуживанию, мотивы покупок (экономия, статус, надежность, престиж) и т.д.

2. Выделите блоки ячеек из анкеты для создания диаграммы. Диаграмма будет двухмерной (две оси), поэтому блок ячеек должен содержать ячейки с ответами на выбранный вопрос и ячейки последнего столбца, в котором подсчитывается количество человек, выбравших данный ответ на вопрос. Блоки ячеек выделите мышкой, при нажатой клавише Ctrl .

3. Нажав кнопку - «Мастер диаграмм» на панели инструментов вы добьетесь, что выделенные блоки будут окружены мерцающей линией, а указатель мыши примет форму маленького черного креста. Поместив его ниже анкеты (или на другом листе файла, предварительно присвоив ему имя) и держа нажатой кнопку мыши, растяните прямоугольник.

Как только вы отпустите кнопку мыши, откроется первый диалог Мастера диаграмм – шаг 1 из 5. Выделенные ячейки уже будут прописаны в поле Интервал.

Щелкнув мышью на кнопке «Шаг>», вы перейдете к следующему диалогу - шаг 2 из 5, в котором Мастер предлагает вам выбрать тип будущей диаграммы. Черным фоном выделен текущий вариант. Если вам по душе другой из показанных в диалог типов диаграммы, то щелкните на нем мышкой. Затем, нажав кнопку «Шаг>», вы перейдете к очередному диалогу - шаг 3 из 5. Здесь вы найдете разновидности выбранного вами типа диаграмм. Выделите необходимый с помощью мышки, нажмите «Шаг>». Excel переходит к диалогу – шаг 4 из 5, в котором продемонстрирует вам внешний вид выбранной диаграммы. Справа в диалоге находится несколько полей. В верхнем из них вы можете указать, как выбираются данные из рабочего листа: из столбцов или строк. Если вид диаграммы соответствует вашему желанию, двигайтесь далее.

В последнем диалоге Мастер диаграмм - шаг 5 из 5 вы определяете, задать ли названия осям, добавить ли легенду и присвоить ли заголовок всей диаграмме. Заголовок (название) диаграммы введите сами, чтобы он отражал содержание ключевого вопроса из анкеты и цель построения этой диаграммы. Теперь нажмите кнопку «Закончить», и диаграмма появится в вашем рабочем листе.

Пользуясь Мастером диаграмм, постройте несколько диаграмм по выбранным ключевым вопросам.

Этап 4 «Обсуждение и комментарии по поводу проведения исследований».

На заключительном этапе каждая группа студентов делает презентацию полученных результатов.

Темы рефератов:

1. История развития предпринимательства и особенности его эволюции в России
2. Проблемы развития торгового предпринимательства на современном этапе
3. Факторы внешней среды и оценка их влияния на предпринимательскую деятельность
4. Внутренняя предпринимательская среда и её роль в организации успешного бизнеса
5. Государственное регулирование предпринимательской деятельности
6. Организация деятельности малого предприятия в торговле
7. Государственная поддержка развития малого предпринимательства
8. Индивидуальное предпринимательство и особенности его развития
9. Правовые основы создания и функционирования малых предприятий
10. Формы налогообложения малого предпринимательства: преимущества и недостатки специальных налоговых режимов
11. Организация и развитие собственного дела
12. Лизинг как форма развития предпринимательства
13. Франчайзинг как прогрессивная форма развития предпринимательства в торговле
14. Прекращение предпринимательской деятельности и процедура ликвидации предпринимательской организации
15. Банкротство предприятий и их санация
16. Культура предпринимательства в торговле
17. Этика торгового предпринимательства
18. Формирование корпоративной культуры как залог успешного развития бизнеса
19. Инфраструктура бизнеса как среда его функционирования
20. Роль малых предприятий в ускорении инновационного процесса
21. Оценка инновационной сферы деятельности предприятий торговли
22. Влияние инноваций на деятельность торгового предприятия
23. Венчурные фирмы и их роль в ускорении инновационного развития торговых предприятий
24. Активизация инновационной деятельности в сфере торговли и оценка её результатов

Темы эссе:

1. Могу ли я стать предпринимателем?
2. Перспективы развития малого предпринимательства в России
3. Интеграция в бизнесе – за и против
4. «Портрет» современного российского предпринимателя

5. Женщина-предприниматель: социально-экономические и психологические проблемы становления.

10.4. Оценочные средства для промежуточной аттестации в форме зачета:

Раздел 1. Общая характеристика предпринимательства

- 1.1. В чем состоит экономическая сущность предпринимательской деятельности?
- 1.2. В чем заключается разница между понятием «бизнес» и «предпринимательство»?
- 1.3. Чем отличается эволюция предпринимательской деятельности в России и за рубежом?
- 1.4. Кто автор идеи о том, что предприниматель – это человек, принимающий решения и удовлетворяющий свои потребности в условиях неопределенности, и что его доходом является плата за риск?
- 1.5. Какие функции характеризуют предпринимательскую деятельность?
- 1.6. По каким признакам осуществляется классификация предпринимательской деятельности?
- 1.7. Какие виды предпринимательской деятельности выделяют специалисты?
- 1.8. Перечислите основные факторы глобализации предпринимательской среды
- 1.9. Какие элементы характеризуют внешнюю предпринимательскую среду?
- 1.10. Основные составляющие внутренней предпринимательской среды
- 1.11. Изобразите схематично основные взаимодействия субъектов предпринимательской деятельности.
- 1.12. Какие правовые документы отражают суть предпринимательства?
- 1.14. Какие права и обязанности предпринимателей регламентирует Гражданский кодекс?
- 1.15. Какими личными качествами должны обладать современные предприниматели?

Раздел 2. Развитие российского малого предпринимательства

- 2.1. Какие критерии позволяют относить предприятия к малым?
- 2.2. В чем заключаются преимущества и недостатки малого предпринимательства?
- 2.3. Каковы основные направления государственной поддержки развития малого предпринимательства?
- 2.4. В чем заключается процедура регистрации малого предприятия?
- 2.5. В чем суть упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности малого предприятия
- 2.6. В какой организационно-правовой форме чаще всего регистрируют малые предприятия?
- 2.7. Особенности малого предпринимательства без образования юридического лица.
- 2.8. Какие существуют этапы жизненного цикла малого предприятия?
- 2.9. Малое предпринимательство и инновации. Формы стимулирования инновационной активности малого предпринимательства.
- 2.10. Инфраструктура поддержки малого предпринимательства в России: основные институты и их функции

Раздел 3. Способы создания собственного дела

- 3.1. Какие существуют способы создания предприятия?
- 3.2. Перечислите этапы создания предприятия start-up.
- 3.3. Каким образом происходит разработка и оценка идеи создания собственного предприятия?
- 3.4. Какие учредительные документы необходимы для регистрации предприятия?
- 3.5. Из каких этапов состоит процедура государственной регистрации собственного предприятия?
- 3.6. Как получить лицензию на осуществление предпринимательской деятельности?
- 3.7. В чем заключается сущность уставного фонда предприятия? Как формируется уставный фонд?
- 3.8. Для чего нужен бизнес-план? Какие бывают виды бизнес-планов?
- 3.9. Перечислите основные разделы бизнес-плана торгового предприятия
- 3.10. Структура и содержание типового бизнес-плана, его роль в деятельности предприятия
- 3.11. Франчайзинг как форма создания собственного дела

- 3.12. Условия покупки готового бизнеса
- 3.13. Роль лизинга в предпринимательской деятельности
- 3.14. Механизм построения оптимальной структуры предпринимательской деятельности.
- 3.15. Оценка эффективности предпринимательской деятельности.

Раздел 4. Инновационное развитие предпринимательства

- 4.1. Раскройте сущность и классификацию инноваций.
- 4.2. Как осуществляется государственная политика инновационного развития предпринимательства?
- 4.3. В чем заключается основная проблема инновационного предпринимательства?
- 4.4. Что понимают под коммерциализацией инноваций?
- 4.5. Как осуществляется оценка инновационного потенциала торговых предприятий?
- 4.6. Какие методы применяют для определения эффективности инноваций?

Раздел 5. Прекращение предпринимательской деятельности

- 5.1. Раскройте сущность и виды реорганизации предпринимательских организаций
- 5.2. Процедура ликвидации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Что общего и в чем отличия?
- 5.3. Какие причины могут привести к банкротству предприятия?
- 5.4. Какие процедуры применяются при рассмотрении дела о банкротстве должника-организации?

Раздел 6. Культура предпринимательства

- 6.1. Раскройте сущность и значение культуры предпринимательства
- 6.2. Какую ответственность несут предприниматели перед обществом?
- 6.3. Деловая культура и практика отношений в области нравственного поведения.
- 6.4. Как формируется корпоративная культура?
- 6.5. Деловая и профессиональная этика предпринимателя.
- 6.6. Как сформировать положительный имидж предпринимателя, организации?
- 6.7. В чем заключается сущность этического кодекса? Укажите наиболее распространенные виды этических кодексов.
- 6.8. Личные моральные установки и принципы нравственного поведения предпринимателей: моральный идеализм и утилитаризм.
- 6.9. Какие экономические, социальные и правовые условия, необходимы для формирования предприимчивости людей?
- 6.10. Какие этические и правовые стандарты существуют в предпринимательской деятельности?
- 6.11. Этикет предпринимателя: нормы общения, ведение деловых бесед и телефонных разговоров.