

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЕ И СТАРТАП ПРОЕКТА

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): «Управление проектами»

Форма обучения: очная, заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Срок обучения: очная форма – 4 года, заочная форма – 4 года 6 мес.

| Вид учебной работы | Трудоемкость, часы (з.е.) | |
|--|------------------------------|------------------|
| | Очная форма | Заочная форма |
| 1. Контактная работа обучающихся с преподавателем: | 46 (1,28) | 10 (0,28) |
| Аудиторные занятия, часов всего, в том числе: | 44 (1,22) | 8 (0,22) |
| • лекции | 18 (0,5) | 4 (0,11) |
| • практические занятия | 26 (0,72) | 4 (0,11) |
| Промежуточная аттестация (контактная работа) | 2 (0,06) | 2 (0,06) |
| 2. Самостоятельная работа студентов, всего | 109 (3,03) | 163 (4,53) |
| • др. формы самостоятельной работы | 109 (3,03) | 163 (4,53) |
| 3. Промежуточная аттестация: экзамен | 25 (0,69) | 7 (0,19) |
| Итого | 180 (5) | 180 (5) |

Шарнина Н.М. Бизнес-моделирование и стартап проекта: Рабочая программа дисциплины (модуля). – Казань: Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2019. - 70 с.

Рабочая программа по дисциплине (модулю) «Бизнес-моделирование и стартап проекта» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент составлена Шарниной Н.М., к.э.н., доцентом кафедры экономики и инноватики Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Менеджмент», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» января 2016 г. № 7, и учебными планами для направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (год начала подготовки - 2019).

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры экономики и инноватики Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации 23.03.2019 г., протокол № 12.

одобрена Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от 03.04.2019, протокол № 5.

утверждена Ученым советом Российского университета кооперации от 18.04.2019, протокол № 4.

© АНОО ВО ЦС РФ
«Российский университет
кооперации» Казанский
кооперативный институт
(филиал), 2019
© Шарнина Н.М., 2019

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----------|
| 1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля) | 5 |
| 2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы | 5 |
| 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) | 5 |
| 4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы | 6 |
| 5. Содержание дисциплины (модуля) | 7 |
| 5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля) | 7 |
| 5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями) | 9 |
| 5.3. Разделы, темы дисциплины (модуля) и виды занятий | 9 |
| 6. Лабораторный практикум | 10 |
| 7. Практические занятия (семинары) | 10 |
| 8. Примерная тематика курсовых проектов (работ) | 11 |
| 9. Самостоятельная работа студента | 11 |
| 10. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) | 12 |
| 11. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля) | 13 |
| 12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) | 13 |
| 13. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости) | 14 |
| 14. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) | 14 |
| 15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) | 14 |
| 16. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины для преподавателей, образовательные технологии | 15 |
| ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) | 18 |
| 1. Паспорт фонда оценочных средств | 19 |
| 1.1 Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины | 19 |
| 1.2. Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых, в том числе, на других кафедрах) участвующих в формировании данных компетенций | 19 |
| 1.3. Этапы формирования и программа оценивания контролируемой компетенции | 19 |
| 1.4. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания | 21 |
| 2. Типовые контрольные задания для оценки результатов обучения по дисциплине и иные материалы для подготовки к промежуточной аттестации | 24 |
| 2.1 Материалы для подготовки к промежуточной аттестации | 24 |
| 2.2. Комплект экзаменационных билетов для проведения промежуточной аттестации | 29 |
| Комплект тестовых заданий для проведения экзамена по дисциплине | 32 |
| 2.3. Критерии оценки для проведения экзамена по дисциплине | 36 |
| 2.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине | 36 |
| ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) | 37 |
| Кейс-задачи | 38 |
| Комплект заданий для контрольной работы | 43 |
| Вопросы для коллоквиумов, опросов, собеседования | 46 |
| Перечень дискуссионных тем для круглого стола | 48 |
| Темы творческих заданий | 52 |
| Комплект разноуровневых задач | 55 |

| | |
|--|----|
| Темы докладов (презентаций) | 65 |
| Комплект заданий для проведения текущей аттестации | 67 |

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения учебной дисциплины «Бизнес-моделирование и стартап проекта» является формирование профессиональных компетенций: «владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ» и «владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления».

Задачи освоения дисциплины - изучение методов управления бизнес-моделированием и стартапом проекта, используемых в практической деятельности отечественных и зарубежных организаций; изучение технологий бизнес-моделирование и принятия эффективных управленческих решений в бизнес-процессах стартапа проекта; приобретение практических навыков и умений самостоятельно разрабатывать и принимать управленческие решения в сфере бизнес-моделирования и стартапа проекта.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина относится к вариативной части блока Б1.

Для изучения дисциплины необходимы следующие знания, умения и владения навыками, формируемые предшествующими дисциплинами:

Управление проектной деятельностью (ПК-6, ПК-7, ПК-12);

Бизнес-планирование (ПК-7, ПК-16);

Управление бизнес-процессами (ПК-13).

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ПК-7 - владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;

ПК-10 - владением навыками количественного и качественного анализа

информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

| Формируемые компетенции (код компетенции) | Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций | Наименование оценочного средства |
|---|---|--|
| ПК-7 ПК-10 | Знать виды, состав и содержание информации о деятельности предприятия (организации); о потенциале стартапа проекта | <i>Опрос Доклад</i> |
| | Знать основные нормативно-правовые документы об оформлении стартапа проекта; | |
| | Знать методику и методы управления при построении экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей, стартапов проекта; | |
| | Уметь применять понятийно-категориальный аппарат, основные методики в профессиональной деятельности при принятии управленческих решений по стартапу проекта; | <i>Кейс-задания Творческие задания Решение задач</i> |
| | Уметь ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актах, регламентирующих сферу управления деятельности организаций; по стартапу проекта | |
| | Уметь проводить количественный и качественный анализ информации при построении экономических, финансовых и организационно – управленческих моделей, адаптированных к конкретным задачам управления; по стартапу проекта | |
| | Владеть методами реализации основных управленческих функций по стартапу проекта | |
| Владеть методологией построения экономических, финансовых и организационно – управленческих моделей, адаптированных к конкретным задачам управления по стартапу проекта | <i>Контрольная работа Круглый стол</i> | |

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

очная форма обучения

| Вид учебной деятельности | Часов | |
|--|---------------|--------------|
| | Всего | По семестрам |
| | | 6 |
| 1. Контактная работа обучающихся с преподавателем: | 46 | 46 |
| Аудиторные занятия всего, в том числе: | 44 | 44 |
| Лекции | 18 | 18 |
| Практические занятия | 26 | 26 |
| Промежуточная аттестация (контактная работа) | 2 | 2 |
| 2. Самостоятельная работа студента всего, в том числе: | 109 | 109 |
| Другие виды самостоятельной работы: | 109 | 109 |
| Вид промежуточной аттестации – экзамен | 25 | 25 |
| ИТОГО: | 180 | 180 |
| Общая трудоемкость | 5 зач. ед. | 5 |

заочная форма обучения

| Вид учебной деятельности | Часов | |
|--|----------|-----------|
| | Всего | По курсам |
| 1. Контактная работа обучающихся с преподавателем: | 10 | 10 |
| Аудиторные занятия всего, в том числе: | 8 | 8 |
| Лекции | 4 | 4 |
| Практические занятия | 4 | 4 |
| Промежуточная аттестация (контактная работа) | 2 | 2 |
| 2. Самостоятельная работа студента всего, в том числе: | 163 | 163 |
| Другие виды самостоятельной работы: | 163 | 163 |
| Вид промежуточной аттестации – экзамен | 7 | 7 |
| ИТОГО: | | |
| Общая трудоемкость | часов | 180 |
| | зач. ед. | 5 |

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

Раздел 1 Особенности создания и развития стартапов

Тема 1.1. Виды стартапов

Понятие стартапа. Виды стартапов. Создание нового бизнеса или вывод на рынок нового бренда. Открытие нового направления в рамках существующего бизнеса. Территориальное расширение бизнеса — открытие филиалов и представительств. Укрепление (расширение) позиции компании на рынке (захват значительной доли рынка, повышение узнаваемости торговой марки). Реализация нетривиальных, нестандартных целей или решение задач, которые ранее в компании не решались. Условия их превращения в зрелый бизнес. Венчурный бизнес.

Тема 1.2. Мировые и российские истории успеха стартапов

Мировые и российские истории успеха стартапов. Анализ их бизнес-моделей (независимый и внутрикорпоративный варианты). Описание сложной технологической составляющей проекта. Использование «дорожных карт» технологий. Концепция Customer Development («Создание потребителя»). Бизнес-модель. Важность обратной связи с потребителями. Бизнес-модели для ИТ и интернет-проектов, телекоммуникационной отрасли, в биотехнологии, нанотехнологиях, энергетике и фармацевтике. Бизнес-модели бутстрэппера, их ключевые элементы отличия и свойства. Выбор бизнес-модели. Цепочка ценности бизнес-модели. Проверка жизнеспособности бизнес-модели.

Тема 1.3 Специфика проекта стартапа

Специфика проектов стартапа: значимость, риск, короткий операционный цикл. Классические стадии стартапа. Фазы стартапа: инвестиционная и операционная. Бизнес-план и стартап проект общее и

особенное. Бизнес-модель и бизнес-идея. Методы получения обратной связи от клиентов для корректировки бизнес-модели. Новые проекты в высокотехнологичных отраслях (хайтек стартап).

Раздел 2 Оценка финансовых затрат и источников финансирования стартапов

Тема 2.1. Оценка финансовых затрат стартапов

Составление и анализ смет инвестиционных затрат стартапов. Оценка затрат на открытие фирмы, на производство или оказание услуг. Затраты на рыночное продвижение. Создание первоначального спроса. Организация первых продаж. Первые продажи как тестирование гипотез. Жизненный цикл инновации. Инструменты малобюджетного анализа рынка. Составление маркетингового плана и маркетингового бюджета стартапа. Типовое распределение инвестиционных затрат. Расчет денежных потоков. Оценка эффективности стартаппроекта.

Тема 2.2. Эффективная команда стартапа

Расходы на команду и персонал. Эффективная команда стартапа – группа единомышленников, способная тестировать и воплощать в жизнь выбранную бизнес-модель. Как ее подобрать. Мотивация топ менеджеров. Формирование штата компании. Найм или аутсорсинг. Составление штатного расписания стартапа и затрат на ФОТ.

Тема 2.3. Источники финансирования стартапов

Типы инвесторов. Потенциальные инвесторы: фонды, венчурные капиталисты, меценаты и методы воздействия на них. Совет директоров как источник дополнительных возможностей для стартапов. Способы представления проекта инвесторам – бизнес-план, презентация инновационного проекта. Структура типовой презентации. Экспресс-методы оценки компаний. Аргументация соискателя инвестиций в пользу увеличения или сохранения его доли в компании. Сложные вопросы составления инвестиционного соглашения. Техничко-экономическая экспертиза проектов. Защита внутрикорпоративного стартапа перед лицами, принимающими решение о финансировании. Самофинансирование. Начальный бутстрэппинг.. Правила бутстрэппинга.

Раздел 3. Разработка календарного плана работ стартап-проекта

Тема 3.1. Содержание проекта

Содержание проекта - состав работ и результатов. Взаимосвязи операций –технологические цепочки. Ресурсы – люди, оборудование, материалы, деньги. Длительность и стоимость операций. Расписание и бюджет проекта.

Тема 3.2. Анализ рисков стартап-проекта

Анализ рисков стартап-проекта. Риски, проблемы, кризисы, форс-мажоры. Категории рисков. Анализ рисков через основные характеристики рисков. Виды резервов, расчет величины резервов. Классические риски стартапов на практических примерах.

Тема 3.3. Контроль календарного плана работ стартап-проекта. Выход на точку безубыточности

Контроль календарного плана работ стартап-проекта. Анализ отклонений и анализ освоенного объема. Регистрация фактов исполнения работ. Техника сдачиприемки. Отчетность мирового уровня по исполнению стартап проекта. Управление изменениями проекта. Выход на точку безубыточности. План перевода стартап проекта в стадию эксплуатации. Варианты и перспективы дальнейшего развития.

5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями)

Дисциплина «Бизнес-моделирование и стартап проекта» формирует компетенции ПК-7, ПК-10, необходимые в дальнейшем для формирования компетенций ПК-13, ПК-16.

5.3. Разделы, темы дисциплины (модуля) и виды занятий

очная форма обучения

| № п/п | Наименование раздела, темы учебной дисциплины (модуля) | Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах) | | | |
|---|--|--|----------------------|------------------------|-------|
| | | Лекции | Практические занятия | Самостоятельная работа | Всего |
| Раздел 1 Особенности создания и развития стартапов | | | | | |
| 1 | Тема 1.1. Виды стартапов | 2 | 2 | 12 | 16 |
| 2 | Тема 1.2. Мировые и российские истории успеха стартапов | 2 | 2 | 12 | 16 |
| 3 | Тема 1.3 Специфика проекта стартапа | 2 | 2 | 12 | 16 |
| Раздел 2 Оценка финансовых затрат и источников финансирования стартапов | | | | | |
| 4 | Тема 2.1. Оценка финансовых затрат стартапов. | 2 | 4 | 12 | 18 |
| 5 | Тема 2.2. Эффективная команда стартапа | 2 | 2 | 13 | 17 |
| 6 | Тема 2.3. Источники финансирования стартапов | 2 | 4 | 12 | 18 |
| Раздел 3. Разработка календарного плана работ стартап-проекта | | | | | |
| 7 | Тема 3.1. Содержание проекта | 2 | 2 | 12 | 16 |
| 8 | Тема 3.2. Анализ рисков стартап-проекта. | 2 | 4 | 12 | 18 |
| 9 | Тема 3.3. Контроль календарного плана работ стартап-проекта. Выход на точку безубыточности | 2 | 4 | 12 | 18 |
| | ИТОГО | 18 | 26 | 109 | 153 |

заочная форма обучения

| № п/п | Наименование раздела, темы учебной дисциплины (модуля) | Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах) | | | |
|--|--|--|----------------------|------------------------|------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Самостоятельная работа | Всего |
| Раздел 1 Особенности создания и развития стартапов | | | | | |
| 1 | Тема 1.1. Виды стартапов | 2 | 2 | 18 | 22 |
| 2 | Тема 1.2. Мировые и российские истории успеха стартапов | 2 | 2 | 18 | 22 |
| 3 | Тема 1.3 Специфика проекта стартапа | | | 18 | 18 |
| Раздел 2 Оценка финансовых затрат и источников финансирования стартапов | | | | | |
| 4 | Тема 2.1. Оценка финансовых затрат стартапов. | | | 18 | 18 |
| 5 | Тема 2.2. Эффективная команда стартапа | | | 19 | 19 |
| 6 | Тема 2.3. Источники финансирования стартапов | | | 18 | 18 |
| Раздел 3. Разработка календарного плана работ стартап-проекта | | | | | |
| 7 | Тема 3.1. Содержание проекта | | | 18 | 18 |
| 8 | Тема 3.2. Анализ рисков стартап-проекта. | | | 18 | 18 |
| 9 | Тема 3.3. Контроль календарного плана работ стартап-проекта. Выход на точку безубыточности | | | 18 | 18 |
| | ИТОГО | 4 | 4 | 163 | 171 |

6. Лабораторный практикум

Лабораторные занятия не предусмотрены учебными планами.

7. Практические занятия (семинары)

Практические занятия проводятся с целью формирования компетенций обучающихся, закрепления полученных теоретических знаний на лекциях и в процессе самостоятельного изучения обучающимися специальной литературы.

очная форма обучения

| № п/п | Наименование темы дисциплины (модуля) | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час.) |
|--|---|--|---------------------|
| Раздел 1 Особенности создания и развития стартапов | | | |
| 1 | Тема 1.1. Виды стартапов | 1.Виды стартапов | 2 |
| 2 | Тема 1.2. Мировые и российские истории успеха стартапов | 1.Мировые и российские истории успеха стартапов | 2 |
| 3 | Тема 1.3 Специфика проекта стартапа | 1.Специфика проекта стартапа | 2 |
| Раздел 2 Оценка финансовых затрат и источников финансирования стартапов | | | |
| 4 | Тема 2.1. Оценка финансовых затрат стартапов. | 1.Оценка финансовых затрат стартапов. 2.Оценка управленческих затрат стартапов. | 4 |
| 5 | Тема 2.2. Эффективная команда стартапа | 1.Эффективная команда стартапа | 2 |
| 6 | Тема 2.3. Источники финансирования стартапов | 1.Источники финансирования стартапов. | 4 |

| № п/п | Наименование темы дисциплины (модуля) | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час.) |
|---|--|--|---------------------|
| | | 2.Оценка предложений банков. | |
| Раздел 3. Разработка календарного плана работ стартап-проекта | | | |
| 7 | Тема 3.1. Содержание проекта | 1.Содержание проекта | 2 |
| 8 | Тема 3.2. Анализ рисков стартап-проекта. | 1.Анализ рисков стартап-проекта. | 4 |
| 9 | Тема 3.3. Контроль календарного плана работ стартап-проекта. Выход на точку безубыточности | 1.Контроль календарного плана работ стартап-проекта. Выход на точку безубыточности | 4 |
| | ИТОГО | | 26 |

заочная форма обучения

| № п/п | Наименование темы дисциплины (модуля) | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час.) |
|--|---|---|---------------------|
| Раздел 1 Особенности создания и развития стартапов | | | |
| 1 | Тема 1.1. Виды стартапов | 1.Виды стартапов | 2 |
| 2 | Тема 1.2. Мировые и российские истории успеха стартапов | 1.Мировые и российские истории успеха стартапов | 2 |
| | ИТОГО | | 4 |

8. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые проекты (работы) не предусмотрены учебными планами.

9. Самостоятельная работа студента

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины (модуля) | Виды самостоятельной работы студента | Оценочное средство |
|-------|--|--------------------------------------|--------------------|
| 1 | Тема 1.1. Виды стартапов Рекомендации: Обратить внимание на методологию вопроса. Особенности вопроса для российских предприятий. Примеры освещения практических аспектов вопроса с использованием опыта зарубежных и российских предприятий. | Домашнее задание/ доклад | Доклад |
| 2 | Тема 1.2. Мировые и российские истории успеха стартапов Рекомендации: Обратить внимание на методологию вопроса. Особенности вопроса для российских предприятий. Примеры освещения практических аспектов вопроса с использованием опыта зарубежных и российских предприятий. | Домашнее задание/ задачи | Кейс-задача |
| 3 | Тема 1.3 Специфика проекта стартапа Рекомендации: Обратить внимание на методологию вопроса. Особенности вопроса для российских предприятий. Примеры освещения практических аспектов вопроса с использованием опыта зарубежных и российских предприятий. | Домашнее задание/ доклад | Доклад |
| 4 | Тема 2.1. Оценка финансовых затрат стартапов. Рекомендации: Обратить внимание на методологию вопроса. Особенности вопроса для российских предприятий. Примеры освещения практических аспектов вопроса с использованием опыта зарубежных и российских предприятий. | Домашнее задание/ Конспект темы | Устный опрос |

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины (модуля) | Виды самостоятельной работы студента | Оценочное средство |
|-------|---|--------------------------------------|--------------------|
| 5 | Тема 2.2. Эффективная команда стартапа Рекомендации: Обратить внимание на методологию вопроса. Особенности вопроса для российских предприятий. Примеры освещения практических аспектов вопроса с использованием опыта зарубежных и российских предприятий. | Домашнее задание/ доклад | Доклад |
| 6 | Тема 2.3. Источники финансирования стартапов Рекомендации: Обратить внимание на методологию вопроса. Особенности вопроса для российских предприятий. Примеры освещения практических аспектов вопроса с использованием опыта зарубежных и российских предприятий. | Домашнее задание/ задачи | Задача |
| 7 | Тема 3.1. Содержание проекта Рекомендации: Обратить внимание на методологию вопроса. Особенности вопроса для российских предприятий. Примеры освещения практических аспектов вопроса с использованием опыта зарубежных и российских предприятий. | Домашнее задание/ доклад | Доклад |
| 8 | Тема 3.2. Анализ рисков стартап-проекта. Рекомендации: Обратить внимание на методологию вопроса. Особенности вопроса для российских предприятий. Примеры освещения практических аспектов вопроса с использованием опыта зарубежных и российских предприятий. | Домашнее задание/ доклад | Доклад |
| 9 | Тема 3.3. Контроль календарного плана работ стартап-проекта. Выход на точку безубыточности Рекомендации: Обратить внимание на методологию вопроса. Особенности вопроса для российских предприятий. Примеры освещения практических аспектов вопроса с использованием опыта зарубежных и российских предприятий. | Домашнее задание/ Конспект темы | Устный опрос |

10. Перечень учебно–методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов предполагает тщательное освоение учебной и научной литературы по изучаемой дисциплине.

При изучении основной рекомендуемой литературы студентам необходимо обратить внимание на выделение основных понятий, их определения, научно-технические основы, узловые положения, представленные в изучаемом тексте.

При самостоятельной работе студентов с дополнительной литературой необходимо выделить аспект изучаемой темы (что в данном материале относится непосредственно к изучаемой теме и основным вопросам).

Дополнительную литературу целесообразно прорабатывать после основной, которая формирует базис для последующего более глубокого изучения темы. Дополнительную литературу следует изучать комплексно, рассматривая разные стороны изучаемого вопроса. Обязательным элементом самостоятельной работы студентов с литературой является ведение

необходимых записей: конспекта, выписки, тезисов, планов.

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине используются следующее учебно-методическое обеспечение:

а) основная литература:

1. Моделирование бизнес-процессов : Конспект лекций / Золотухина Е.Б., Красникова С.А., Вишня А.С. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 79 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/767202>

б) дополнительная литература:

1. Стартап-гайд: Как начать... и не закрыть свой интернет-бизнес: Учебное пособие / Зобнина М.Р. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 166 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/924028>

2. Радикальный стартап: 12 правил бизнес-дарвинизма: Пособие / Кесслер Э. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 224 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/917566>

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

а) нормативные документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51–ФЗ (ред. от 26.07.2006) // Собрание законодательства РФ. - 1994. - № 32. – Ст. 3301. - Консультант Плюс. [Электрон. ресурс]. - Электрон. дан. - [М., 2018.]

б) основная литература:

1. Моделирование бизнес-процессов : Конспект лекций / Золотухина Е.Б., Красникова С.А., Вишня А.С. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 79 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/767202>

в) дополнительная литература:

1. Стартап-гайд: Как начать... и не закрыть свой интернет-бизнес: Учебное пособие / Зобнина М.Р. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 166 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/924028>

2. Радикальный стартап: 12 правил бизнес-дарвинизма: Пособие / Кесслер Э. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 224 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/917566>

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

1. <https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks
3. <https://ibooks.ru/> -ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru
4. <https://rucont.ru/> - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
5. <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com

6. <https://dlib.eastview.com/>- База данных East View

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

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.
 - a. Office ProPlus All Lng Lic/SA Pack MVL Partners in Learning (лицензия на пакет Office Professional Plus)
 - b. Windows 8
2. Консультант + версия проф.- справочная правовая система
3. Система тестирования INDIGO.
4. Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО
5. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

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

Образовательный процесс обеспечивается специальными помещениями, которые представляют собой аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы студентов и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам, укомплектованы специализированной мебелью.

Аудитории лекционного типа, оснащенные проекционным оборудованием и техническими средствами обучения, обеспечивающими представление учебной информации большой аудитории, демонстрационным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета.

15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Дисциплина «Бизнес-моделирование и стартап проекта» состоит из 3

разделов и 9 тем и изучается на лекциях, практических занятиях и при самостоятельной работе обучающихся. Обучающийся для полного освоения материала должен не пропускать занятия и активно участвовать в учебном процессе. Кроме того, обучающиеся должны ознакомиться с программой дисциплины и списком основной и дополнительной рекомендуемой литературы.

Основной теоретический материал дается на лекционных занятиях. Лекции включают все темы и основные вопросы дисциплины. Для максимальной эффективности изучения необходимо постоянно вести конспект лекций, знать рекомендуемую преподавателем основную и дополнительную учебную литературу, позволяющую дополнить знания и лучше подготовиться к практическим занятиям.

Для закрепления теоретического материала, формирования профессиональных компетенций и практических навыков со студентами проводятся практические занятия. В ходе практических занятий разбираются основные и дополнительные теоретические вопросы решаются практические задачи, проводятся тестирования по результатам изучения тем.

На изучение каждой темы выделено в соответствии с рабочей программой дисциплины количество часов практических занятий, которые проводятся в соответствии с вопросами, рекомендованными к изучению по определенным темам. Обучающиеся должны регулярно готовиться к практическим занятиям. При подготовке к занятиям следует руководствоваться конспектом лекций и рекомендованной литературой.

Для эффективного освоения материала дисциплины учебным планом предусмотрена самостоятельная работа, которая должна выполняться в обязательном порядке. Выполнение самостоятельной работы по темам дисциплины, позволяет регулярно проводить самооценку качества усвоения материалов дисциплины и выявлять аспекты, требующие более детального изучения. Задания для самостоятельной работы предложены по каждой из изучаемых тем и должны готовиться индивидуально и к указанному сроку. По необходимости студент может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

В случае посещения обучающегося лекций и практических занятий, изучения рекомендованной основной и дополнительной учебной литературы, а также своевременного и самостоятельного выполнения заданий, подготовка к экзамену по дисциплине сводится к дальнейшей систематизации полученных знаний, умений и навыков.

16. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины для преподавателей, образовательные технологии

Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения дисциплины (модуля):

- а) для текущей успеваемости: опрос, доклад, решение задач;

- б) для самоконтроля обучающихся: тесты;
 в) для промежуточной аттестации: вопросы для экзамена, практические задания.

При реализации различных видов учебной работы по дисциплине «Бизнес-моделирование и стартап проекта» используются следующие образовательные технологии:

- 1) лекции с использованием методов проблемного изложения материала;
- 2) проведение практико-ориентированных занятий (круглый стол).

| № п/п | Занятие в интерактивной форме | Количество часов по очной форме | | Количество часов по заочной форме | |
|-------|---|---------------------------------|--------|-----------------------------------|--------|
| | | Лекция | Практ. | Лекция | Практ. |
| 1 | Тема 1.1. Виды стартапов. Виды: Лекция с демонстрацией презентации (слайды) Практические занятия с применением следующих технологий: - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами вопросов для самостоятельного изучения) - дискуссия | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 2 | Тема 1.2. Мировые и российские истории успеха стартапов Виды: Лекция с демонстрацией презентации (слайды) Практические занятия с применением следующих технологий: - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами вопросов для самостоятельного изучения) - дискуссия | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 3 | Тема 1.3 Специфика проекта стартапа. Виды: Лекция с демонстрацией презентации (слайды) Практические занятия с применением следующих технологий: - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами вопросов для самостоятельного изучения) - дискуссия | 2 | 2 | | |
| 4 | Тема 2.1. Оценка финансовых затрат стартапов. Виды: Лекция с демонстрацией презентации (слайды) Практические занятия с применением следующих технологий: - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами вопросов для самостоятельного изучения) - дискуссия | 2 | 2 | | |
| 5 | Тема 2.2. Эффективная команда стартапа Виды: Лекция с демонстрацией презентации (слайды) Практические занятия с применением следующих | 2 | 2 | | |

| № п/п | Занятие в интерактивной форме | Количество часов по очной форме | | Количество часов по заочной форме | |
|----------|---|---------------------------------|--------|-----------------------------------|--------|
| | | Лекция | Практ. | Лекция | Практ. |
| | технологий: - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами вопросов для самостоятельного изучения) - дискуссия | | | | |
| | Итого: | 10 | 10 | 4 | 4 |

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЕ И СТАРТАП ПРОЕКТА

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность: «Управление проектами»

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1 Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины

| Индекс | Формулировка компетенции |
|--------|---|
| ПК-7 | владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ |
| ПК-10 | владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления |

1.2. Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых, в том числе, на других кафедрах) участвующих в формировании данных компетенций

1.2.1. Компетенция ПК-7 формируется в процессе изучения дисциплин (прохождения практик):

Управление проектной деятельностью
Управление качеством
Бизнес-планирование
Основы бизнеса
Управление малым бизнесом
Производственная практика. Преддипломная практика

1.2.2. Компетенция ПК-10 формируется в процессе изучения дисциплин (прохождения практик):

Производственная практика. Преддипломная практика

1.3. Этапы формирования и программа оценивания контролируемой компетенции

| № п/п | Код контролируемой компетенции (или ее части) | Контролируемые разделы (темы) дисциплины | Наименование оценочного средства |
|----------|---|--|---|
| 1. 2. | ПК-7 ПК-10 | Тема 1.1. Виды стартапов Тема 1.2. Мировые и российские истории успеха стартапов Тема 1.3. Специфика проекта стартапа Тема 2.1. Оценка финансовых затрат стартапов. Тема 2.2. Эффективная команда стартапа Тема 2.3. Источники финансирования стартапов Тема 3.1. Содержание проекта Тема 3.2. Анализ рисков стартап-проекта. Тема 3.3. Контроль календарного плана работ стартап-проекта. Выход на точку безубыточности | Устный опрос Задачи Доклад Кейс-задача Контрольная работа Круглый стол Творческие задания |

Процедура оценивания

1. Процедура оценивания результатов освоения программы учебной дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности компетенций студента при осуществлении текущего контроля и проведении промежуточной аттестации.

2. Уровень сформированности компетенции определяется по качеству выполненной студентом работы и отражается в следующих формулировках: высокий, хороший, достаточный, недостаточный.

3. При выполнении студентами заданий текущего контроля и промежуточной аттестации оценивается уровень обученности «знать», «уметь», «владеть» в соответствии с запланированными результатами обучения и содержанием рабочей программы дисциплины:

– профессиональные знания студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, выполнении тестовых заданий, практических работ,

– степень владения профессиональными умениями – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

4. Результаты выполнения заданий фиксируются в баллах в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций. Общее количество баллов складывается из:

– суммы баллов за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «уметь»;

– суммы баллов за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «владеть»;

– суммы баллов за ответы на теоретические и дополнительные вопросы.

5. По итогам текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций определяется уровень сформированности компетенций студента и выставляется оценка по шкале оценивания.

1.4. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

| Компетенции | Показатели оценивания | Критерии оценивания компетенций | | | | Итого: |
|---------------------------------|---|---|---|---|--|--------|
| | | Высокий (верно и в полном объеме) - 5 б. | Средний (с незначительными замечаниями) - 4 б. | Низкий (на базовом уровне, с ошибками) - 3 б. | Недостаточный (содержит большое количество ошибок, ответ не дан) – 0,5 б. | |
| <i>Теоретические показатели</i> | | | | | | |
| ПК-7 ПК-10 | Знает виды, состав и содержание информации о деятельности предприятия (организации); о потенциале стартапа проекта <i>(Опрос)</i> | Верно и в полном объеме знает виды, состав и содержание информации о деятельности предприятия (организации); о потенциале стартапа проекта | С незначительными замечаниями знает виды, состав и содержание информации о деятельности предприятия (организации); о потенциале стартапа проекта | На базовом уровне, с ошибками знает виды, состав и содержание информации о деятельности предприятия (организации); о потенциале стартапа проекта | Не знает виды, состав и содержание информации о деятельности предприятия (организации); о потенциале стартапа проекта | 15 |
| | Знает основные нормативно-правовые документы об оформлении стартапа проекта; <i>(Доклад)</i> | Верно и в полном объеме знает основные нормативно-правовые документы об оформлении стартапа проекта; | С незначительными замечаниями знает основные нормативно-правовые документы об оформлении стартапа проекта; | На базовом уровне, с ошибками знает основные нормативно-правовые документы об оформлении стартапа проекта; | Не знает основные нормативно-правовые документы об оформлении стартапа проекта; | |
| | Знает методику и методы управления при построении экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей; стартапов проекта; <i>(Опрос)</i> | Верно и в полном объеме знает методику и методы управления при построении экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей; стартапов проекта; | С незначительными замечаниями знает методику и методы управления при построении экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей; стартапов проекта; | На базовом уровне, с ошибками знает методику и методы управления при построении экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей; стартапов проекта; | Не знает методику и методы управления при построении экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей; стартапов проекта; | |
| <i>Практические показатели</i> | | | | | | |
| ПК-7 ПК-10 | Умеет применять понятийно-категориальный аппарат, основные методики в профессиональной деятельности при принятии управленческих решений по стартапу проекта | Верно и в полном объеме может применять понятийно-категориальный аппарат, основные методики в профессиональной деятельности при принятии управленческих | Верно и в полном объеме может применять понятийно-категориальный аппарат, основные методики в профессиональной деятельности при принятии управленческих решений по стартапу проекта | На базовом уровне, с ошибками может применять понятийно-категориальный аппарат, основные методики в профессиональной деятельности при принятии управленческих | Не может применять понятийно-категориальный аппарат, основные методики в профессиональной деятельности при принятии управленческих решений | 15 |

| Компетенции | Показатели оценивания | Критерии оценивания компетенций | | | | Итого: |
|-----------------------|--|---|---|---|--|-----------|
| | | Высокий (верно и в полном объеме) - 5 б. | Средний (с незначительными замечаниями) - 4 б. | Низкий (на базовом уровне, с ошибками) - 3 б. | Недостаточный (содержит большое количество ошибок, ответ не дан) – 0,5 б. | |
| | <i>(Задачи)</i> | решений по стартапу проекта | | решений по стартапу проекта | по стартапу проекта | |
| | Умеет ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу управления деятельности организаций; по стартапу проекта; <i>(Кейс-задача)</i> | Верно и в полном объеме может ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу управления деятельности организаций; по стартапу проекта; | Верно и в полном объеме может ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу управления деятельности организаций; по стартапу проекта; | На базовом уровне, с ошибками может ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу управления деятельности организаций; по стартапу проекта; | Не может ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу управления деятельности организаций; по стартапу проекта; | |
| | Умеет проводить количественный и качественный анализ информации при построении экономических, финансовых и организационно – управленческих моделей, адаптированных к конкретным задачам управления; по стартапу проекта <i>(Творческие задания)</i> | Верно и в полном объеме может проводить количественный и качественный анализ информации при построении экономических, финансовых и организационно – управленческих моделей, адаптированных к конкретным задачам управления; по стартапу проекта | Верно и в полном объеме может проводить количественный и качественный анализ информации при построении экономических, финансовых и организационно – управленческих моделей, адаптированных к конкретным задачам управления; по стартапу проекта | На базовом уровне, с ошибками может проводить количественный и качественный анализ информации при построении экономических, финансовых и организационно – управленческих моделей, адаптированных к конкретным задачам управления; по стартапу проекта | Не может проводить количественный и качественный анализ информации при построении экономических, финансовых и организационно – управленческих моделей, адаптированных к конкретным задачам управления; по стартапу проекта | |
| <i>Владеет</i> | | | | | | |
| <i>ПК-7 ПК-10</i> | Владеет методами реализации основных управленческих функций по стартапу проекта; <i>(Контрольная работа)</i> | Верно и в полном объеме владеет методами реализации основных управленческих функций по стартапу проекта; | С незначительными замечаниями владеет методами реализации основных управленческих функций по стартапу проекта; | На базовом уровне, с ошибками владеет методами реализации основных управленческих функций по стартапу проекта; | Не владеет методами реализации основных управленческих функций по стартапу проекта; | <i>10</i> |
| | Владеет методологией | Верно и в полном объеме | С незначительными | На базовом уровне, с | Не владеет методологией | |

| Компетенции | Показатели оценивания | Критерии оценивания компетенций | | | | Итого: |
|-------------|---|---|---|--|--|-----------|
| | | Высокий (верно и в полном объеме) - 5 б. | Средний (с незначительными замечаниями) - 4 б. | Низкий (на базовом уровне, с ошибками) - 3 б. | Недостаточный (содержит большое количество ошибок, ответ не дан) – 0,5 б. | |
| | построения экономических, финансовых и организационно – управленческих моделей, адаптированных к конкретным задачам управления по старту проекта <i>(Круглый стол)</i> | владеет методологией построения экономических, финансовых и организационно – управленческих моделей, адаптированных к конкретным задачам управления по старту проекта | замечаниями владеет методологией построения экономических, финансовых и организационно – управленческих моделей, адаптированных к конкретным задачам управления по старту проекта | ошибками владеет методологией построения экономических, финансовых и организационно – управленческих моделей, адаптированных к конкретным задачам управления по старту проекта | построения экономических, финансовых и организационно – управленческих моделей, адаптированных к конкретным задачам управления по старту проекта | |
| | | <i>ВСЕГО:</i> | | | | <i>40</i> |

Шкала оценивания:

| Оценка | Баллы | Уровень сформированности компетенции |
|---------------------|------------|--------------------------------------|
| отлично | 35-40 | высокий |
| хорошо | 29-34 | хороший |
| удовлетворительно | 21-28 | достаточный |
| неудовлетворительно | 20 и менее | недостаточный |

2. Типовые контрольные задания для оценки результатов обучения по дисциплине и иные материалы для подготовки к промежуточной аттестации

2.1 Материалы для подготовки к промежуточной аттестации

1. Сущность предпринимательства и старт-ап проектов.
2. Цель производственного вида предпринимательства, основные формы проявления.
3. Обязательные этапы для создания старт-ап проекта.
4. Цель создания финансово-промышленных групп в России.
5. Экономические, социальные и правовые условия необходимые для формирования предприимчивости людей.
6. Содержание коммерческого предпринимательства.
7. Виды и формы предпринимательства.
8. Особенность финансового предпринимательства.
9. Что включает в себя внешняя среда предприятия.
10. Жизненные циклы предприятия.
11. Какие предприятия относят к малым.
12. Преимущества малого предприятия.
13. Виды риска, их влияние на деятельность предприятия.
14. Способы снижения рисков.
15. Способы уменьшения риска.
16. Сущность конкуренции и ее виды.
17. Патентная информация ее преимущества и особенности. Основные потребители патентной информации.
18. Типы патентных документов. Патентные фонды и базы данных.
19. Базы данных непатентной научно-технической документации.
20. Особенности сбора конъюнктурной информации.
21. Традиционные и новые средства патентного поиска.
22. Стратегия составления поискового запроса.
23. Составление таблиц, отражающих динамику патентования.
24. Составление матриц «цели (задачи) изобретения – средства их достижения».
25. Составление матриц «выявленные тенденции развития объекта техники».
26. Назначение и виды патентно-информационных исследований.
27. Международная патентная классификация.
28. Технология информационного патентного поиска.
29. Особенности исследований на патентную чистоту.
30. Применение ГОСТ Р15.011-96.
31. Алгоритм патентного поиска по базе данных Роспатента.
32. Алгоритм патентного поиска по базе данных esp@cenet.
33. Правила составления технологических прогнозов на основе патентной информации.

34. Порядок проведения патентных исследований.
35. Анализ деятельности хозяйствующего субъекта и перспектив ее развития.
36. Определение требований к новой продукции на основе патентных исследований.
37. Патентно-правовые показатели продукции.
38. Выявление условий конкуренции и фирм–конкурентов на рынке нового продукта на основе патентной информации.

Типовые контрольные задания:

1. Понятие стартапа.
2. Виды стартапов.
3. Мировые и российские истории успеха стартапов.
4. Бизнес-модель. Важность обратной связи с потребителями.
5. Использование «дорожных карт» технологий.
6. Концепция Customer Development («Создание потребителя»).
7. Специфика проекта стартапа
8. Бизнес-модели для ИТ и интернет-проектов, телекоммуникационной отрасли, в биотехнологии, нанотехнологиях, энергетике и фармацевтике
9. Составление и анализ смет инвестиционных затрат стартапов.
10. Оценка затрат на открытие фирмы, на производство или оказание услуг.
11. Затраты на рыночное продвижение
12. Расчет денежных потоков.
13. Оценка эффективности стартап-проекта.
14. Составление маркетингового плана и маркетингового бюджета стартапа.
15. Расходы на команду и персонал. Эффективная команда стартапа – группа единомышленников.
16. Типы инвесторов.
17. Потенциальные инвесторы: фонды, венчурные капиталисты, меценаты и методы воздействия на них.
18. Совет директоров как источник дополнительных возможностей для стартапов.
19. Способы представления проекта инвесторам – бизнес-план, презентация инновационного проекта.
20. Экспресс-методы оценки компаний.
21. Защита внутрикорпоративного стартапа перед лицами, принимающими решение о финансировании.
22. Самофинансирование.
23. Разработка календарного плана работ стартап-проекта
24. Анализ рисков стартап-проекта.
25. Управление изменениями проекта. Выход на точку безубыточности.

26. Роль холдинговых структур в мировой и российской экономике
27. Роль холдингов в управлении экономическими ресурсами
28. Типы холдинговых структур
29. Проявление противоположно направленных тенденций, влияющих на эффективность холдинговых структур
30. Роль и основные функции корпоративного центра
31. Построение ключевых бизнес-процессов в холдинговой структуре
32. Финансовая функция в холдинге: типичный функционал корпоративного центра и функционал бизнес-единицы
33. Структура бизнес-плана холдинговой структуры
34. Инвестиционное планирование
35. Влияния цикла контрактирования на деятельность холдинговых структур
36. Цикл контрактирования
37. Выбор путей финансирования проектов развития: внутренние источники, долг, акционерный капитал
38. Ключевая роль экспертной оценки и успешного взаимодействия с финансовым рынком
39. Рынок людских ресурсов холдинга
40. Отбор и продвижение перспективных кадров внутри холдинга
41. Борьба за "лучшие кадры"
42. Внутренние рынки товаров и услуг
43. Внутреннее ценообразование в межхолдинговых транзакциях
44. Уровни принятия решений и система делегирования полномочий: роль бизнес-единиц, бизнес-направлений и корпоративного центра
45. Интерфейсы инвестиционного процесса с другими ключевыми бизнес-процессами и в холдинге: бизнес - планированием, стратегическим планированием, материально-техническим снабжением и контрактацией услуг
46. Процесс и варианты поглощения
47. Реальный инвестиционный процесс и влияние календарного цикла
48. Прогнозирование как элемент предсказуемого взаимодействия с финансовым рынком
49. Политика «отсутствия сюрпризов»

Образцы тестовых заданий для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы:

1. Выбрать термин для которого дано определение: «владелец проекта и будущий потребитель его результатов»
 - а) Инвестор проекта
 - б) Координационный совет
 - в) Куратор проекта
 - г) Команда проекта

- д) Команда управления проектом
- е) Руководитель проекта
- ж) Потребители продукта проекта
- з) Инициатор проекта
- и) Заказчик проекта

2. Сетевой график проекта предназначен для
а) управления затратами времени на выполнение комплекса работ проекта

- б) управления материальными затратами
- в) управления конфликтами проектной команды
- г) управления рисками

3. Назвать тип структурной декомпозиции работ

- а) Продуктовая СДР
- б) Функциональная СДР
- в) Организационная СДР

4. Что из ниже перечисленного не является формой проектного финансирования

- а) Финансирование с полным регрессом на заемщика
- б) Финансирование без права регресса на заемщика
- в) Финансирование с ограниченным правом регресса на заемщика
- г) Финансирование с не ограниченным полным регрессом на заемщика

5. Выбрать термин для которого дано определение: «осуществляет финансирование проекта за счет своих или привлеченных средств»

- а) Инвестор проекта
- б) Координационный совет
- в) Куратор проекта
- г) Команда проекта
- д) Команда управления проектом
- е) Руководитель проекта
- ж) Потребители продукта проекта
- з) Инициатор проекта
- и) Заказчик проекта

6. Какой из ниже перечисленных резервов не является параметром сетевого графика проекта

- а) независимый
- б) гарантийный
- в) неполный
- г) полный
- д) свободный

7. Выбрать цель метода управления проекта: Метод критического пути
а) сокращение до минимума продолжительности разработки проектов
б) получить точное и полное расписание проекта с учетом работ, их длительностей, необходимых ресурсов, которое служит основой для исполнения проекта

Литература для подготовки к экзамену:

а) нормативные документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51–ФЗ (ред. от 26.07.2006) // Собрание законодательства РФ. - 1994. - № 32. – Ст. 3301. - Консультант Плюс. [Электрон. ресурс]. - Электрон. дан. - [М., 2018.]

б) основная литература:

1. Моделирование бизнес-процессов : Конспект лекций / Золотухина Е.Б., Красникова С.А., Вишня А.С. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 79 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/767202>

в) дополнительная литература:

1. Стартап-гайд: Как начать... и не закрыть свой интернет-бизнес: Учебное пособие / Зобнина М.Р. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 166 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/924028>

2. Радикальный стартап: 12 правил бизнес-дарвинизма: Пособие / Кесслер Э. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 224 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/917566>

Промежуточная аттестация

2.2. Комплект экзаменационных билетов для проведения промежуточной аттестации

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность: «Управление проектами»

Дисциплина: Бизнес-моделирование и стартап проекта

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Сущность предпринимательства и старт-ап проектов.
2. Способы снижения рисков.
3. Расчетное задание:

Используя этапы развития стартапа (Бережливый стартап) предложите вариант бизнес-плана в области сельского хозяйства:

1. «Выявление потребителей», в течение которого стартап строит гипотезы о том, как его продукт решает проблемы потенциальных клиентов.
2. «Верификация потребителей», этап проверки гипотез и подготовки плана продаж, маркетинговой стратегии, поиска ранних последователей компании. В случае неудачи на этом этапе стартап возвращается к выявлению своих потребителей.
3. «Привлечение потребителей» после подтверждения полезности продукта компании. Стартап переходит к продажам продукта и инвестициям в маркетинг.
4. «Создание компании» — конечная цель стартапа, создание формальной структуры компании и бизнес-процессов для дальнейшего развития.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2

1. Цель производственного вида предпринимательства, основные формы проявления.
2. Способы уменьшения риска.
3. Расчетное задание:

Используя этапы развития стартапа (Бережливый стартап) предложите вариант бизнес-плана в области розничной торговли:

1. «Выявление потребителей», в течение которого стартап строит гипотезы о том, как его продукт решает проблемы потенциальных клиентов.
2. «Верификация потребителей», этап проверки гипотез и подготовки плана продаж, маркетинговой стратегии, поиска ранних последователей компании. В случае неудачи на этом этапе стартап возвращается к выявлению своих потребителей.

3. «Привлечение потребителей» после подтверждения полезности продукта компании. Стартап переходит к продажам продукта и инвестициям в маркетинг.

4. «Создание компании» — конечная цель стартапа, создание формальной структуры компании и бизнес-процессов для дальнейшего развития.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3

1. Обязательные этапы для создания стартап проекта.

2. Патентная информация ее преимущества и особенности. Основные потребители патентной информации.

3. Расчетное задание:

Используя этапы развития стартапа (Бережливый стартап) предложите вариант бизнес-плана в области пищевой промышленности:

1. «Выявление потребителей», в течение которого стартап строит гипотезы о том, как его продукт решает проблемы потенциальных клиентов.

2. «Верификация потребителей», этап проверки гипотез и подготовки плана продаж, маркетинговой стратегии, поиска ранних последователей компании. В случае неудачи на этом этапе стартап возвращается к выявлению своих потребителей.

3. «Привлечение потребителей» после подтверждения полезности продукта компании. Стартап переходит к продажам продукта и инвестициям в маркетинг.

4. «Создание компании» — конечная цель стартапа, создание формальной структуры компании и бизнес-процессов для дальнейшего развития.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4

1. Цель создания финансово-промышленных групп в России.

2. Типы патентных документов. Патентные фонды и базы данных.

3. Расчетное задание:

Используя этапы развития стартапа (Бережливый стартап) предложите вариант бизнес-плана в области машиностроения:

1. «Выявление потребителей», в течение которого стартап строит гипотезы о том, как его продукт решает проблемы потенциальных клиентов.

2. «Верификация потребителей», этап проверки гипотез и подготовки плана продаж, маркетинговой стратегии, поиска ранних последователей компании. В случае неудачи на этом этапе стартап возвращается к выявлению своих потребителей.

3. «Привлечение потребителей» после подтверждения полезности продукта компании. Стартап переходит к продажам продукта и инвестициям в маркетинг.

4. «Создание компании» — конечная цель стартапа, создание формальной структуры компании и бизнес-процессов для дальнейшего развития.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5

1. Экономические, социальные и правовые условия необходимые для формирования предприимчивости людей.

2. Базы данных непатентной научно-технической документации.

3. Расчетное задание:

Используя этапы развития стартапа (Бережливый стартап) предложите вариант бизнес-плана в области альтернативных источников энергии:

1. «Выявление потребителей», в течение которого стартап строит гипотезы о том, как его продукт решает проблемы потенциальных клиентов.

2. «Верификация потребителей», этап проверки гипотез и подготовки плана продаж, маркетинговой стратегии, поиска ранних последователей компании. В случае неудачи на этом этапе стартап возвращается к выявлению своих потребителей.

3. «Привлечение потребителей» после подтверждения полезности продукта компании. Стартап переходит к продажам продукта и инвестициям в маркетинг.

4. «Создание компании» — конечная цель стартапа, создание формальной структуры компании и бизнес-процессов для дальнейшего развития.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6

1. Содержание коммерческого предпринимательства.

2. Традиционные и новые средства патентного поиска.

3. Расчетное задание:

Используя этапы развития стартапа (Бережливый стартап) предложите вариант бизнес-плана в области культуры:

1. «Выявление потребителей», в течение которого стартап строит гипотезы о том, как его продукт решает проблемы потенциальных клиентов.

2. «Верификация потребителей», этап проверки гипотез и подготовки плана продаж, маркетинговой стратегии, поиска ранних последователей компании. В случае неудачи на этом этапе стартап возвращается к выявлению своих потребителей.

3. «Привлечение потребителей» после подтверждения полезности продукта компании. Стартап переходит к продажам продукта и инвестициям в маркетинг.

4. «Создание компании» — конечная цель стартапа, создание формальной структуры компании и бизнес-процессов для дальнейшего развития.

Промежуточная аттестация
Комплект тестовых заданий для проведения экзамена по дисциплине

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность: «Управление проектами»

Дисциплина: Бизнес-моделирование и стартап проекта

Тестовые задания для проверки уровня обученности ЗНАТЬ:

1. Что из ниже перечисленного не является видом организационной структуры управления проектом

- а) функциональная
- б) матричная
- в) стратегическая
- г) проектная

2. К основным функциям проект-менеджера по отдельным сферам деятельности не относится

- а) Установление взаимоотношения с вышестоящим руководством, клиентом,
- б) другими участниками проекта.
- в) Налаживание хороших отношений с общественными организациями, прессой, телевидением и т.д.
- г) Контроль выполнения планов и графиков командой проекта.
- д) Создание проектной документации и согласование ее с заказчиком.

3. Выбрать термин для которого дано определение: «коллективный орган, который выбирает проекты для реализации, утверждает планы работ и их изменения, назначает куратора и утверждает руководителя проекта»

- а) Инвестор проекта
- б) Координационный совет
- в) Куратор проекта
- г) Команда проекта
- д) Команда управления проектом
- е) Руководитель проекта
- ж) Потребители продукта проекта
- з) Инициатор проекта
- и) Заказчик проекта

4. Недостатком функциональной структуры управления проектом является

- а) стимулирует функциональную изолированность
- б) способствует технологичности выполнения работ в проекте
- в) увеличивает количество взаимодействий между участниками проекта
- г) снижает беспокойство членов проектной команды по поводу карьеры по окончании проекта.

5. Выбрать термин для которого дано определение: «участники проекта, задействованные в его реализации»

- а) Инвестор проекта
- б) Координационный совет
- в) Куратор проекта
- г) Команда проекта
- д) Команда управления проектом
- е) Руководитель проекта
- ж) Потребители продукта проекта
- з) Инициатор проекта
- и) Заказчик проекта

6. Назвать тип структурной декомпозиции работ

- а) Продуктовая СДР
- б) Функциональная СДР
- в) Организационная СДР

7. Какой бюджетной формы из ниже перечисленных не существует

- а) бюджет доходов и расходов
- б) бюджет движения денежных средств
- в) прогнозный баланс
- г) бюджет затрат

Тестовые задания для проверки уровня обученности УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ:

1. Выбрать термин для которого дано определение: «член команды управления проектом, лично отвечающий за все результаты проекта»

- а) Инвестор проекта
- б) Координационный совет
- в) Куратор проекта
- г) Команда проекта
- д) Команда управления проектом
- е) Руководитель проекта
- ж) Потребители продукта проекта

- з) Инициатор проекта
- и) Заказчик проекта

2. При сетевом планировании проекта элемент «событие» характеризуется

- а) номером, ранним и поздним сроком
- б) длительностью и резервами
- в) задачей и целью
- г) прибылью и убытками

3. Риск при осуществлении проекта

а) вероятность возникновения неблагоприятных финансовых последствий в форме потери ожидаемого дохода в ситуациях неопределенности его осуществления.

б) вероятность возникновения неблагоприятных политических последствий в форме потери ожидаемого дохода в ситуациях неопределенности его осуществления.

в) вероятность возникновения неблагоприятных социальных последствий в форме потери ожидаемого дохода в ситуациях неопределенности его осуществления.

г) вероятность возникновения неблагоприятных экологических последствий в форме потери ожидаемого дохода в ситуациях неопределенности его осуществления.

4. Выберите понятие: программа проектов

а) совокупность проектов, находящихся в компетенции одного центра ответственности

б) группа взаимосвязанных проектов и различных мероприятий, объединенных общей целью и условиями их выполнения

в) комплекс взаимосвязанных мероприятий, предназначенных для достижения поставленных целей с установленными требованиями к качеству результата в течение заданного времени и при установленном бюджете

5. Чем из ниже перечисленного определена заинтересованность заказчика в соответствии с ГОСТ Р Проектный менеджмент ТРЕБОВАНИЯ К УПРАВЛЕНИЮ ПОРТФЕЛЕМ

- а) заинтересованность отсутствует
- б) выгодой
- в) прибылью
- г) дивидендами

6. Назвать тип структурной декомпозиции работ

- а) Продуктовая СДР
- б) Функциональная СДР
- в) Организационная СДР

7. Выберите определение «Жизненный цикл проекта»

а) набор последовательных фаз, количество и состав которых определяется потребностями управления проектом организацией или организациями, участвующими в проекте

б) получить точное и полное расписание проекта с учетом работ, их длительностей, необходимых ресурсов, которое служит основой для исполнения проекта

8. Выбрать термин для которого дано определение: «участники проекта, задействованные в его реализации»

а) Инвестор проекта

б) Координационный совет

в) Куратор проекта

г) Команда проекта

д) Команда управления проектом

е) Руководитель проекта

ж) Потребители продукта проекта

з) Инициатор проекта

и) Заказчик проекта

9. Проектный офис это

а) подразделение, которое помогает — облегчает процесс административного управления проектами.

б) подразделение, которое помогает — облегчает процесс подготовки производства

в) подразделение, которое помогает — облегчает процесс обработки информации в проекте

г) подразделение, которое помогает — организовать хозяйственное обслуживание проекта.

10. Чем из ниже перечисленного определена заинтересованность заказчика в соответствии с ГОСТ Р Проектный менеджмент ТРЕБОВАНИЯ К УПРАВЛЕНИЮ ПРОЕКТОМ

а) продукт проекта

б) выгодой

в) заинтересованность отсутствует

г) дивидендами

2.3. Критерии оценки для проведения экзамена по дисциплине

После завершения тестирования на экзамене на мониторе компьютера высвечивается результат – процент правильных ответов. Результат переводится в баллы и суммируется с текущими семестровыми баллами.

Максимальная сумма (100 баллов), набираемая студентом по дисциплине, предусматривающей в качестве формы промежуточной аттестации экзамен, включают две составляющие.

Первая составляющая – оценка регулярности и своевременности качества выполнения студентом учебной работы по изучению дисциплины в течение семестра (сумма не более 60 баллов).

Вторая составляющая – оценка знаний студента на экзамене (не более 40 баллов).

Перевод полученных итоговых баллов в оценки осуществляется по следующей шкале:

- с 86 до 100 баллов – «отлично»;
- с 71 до 85 баллов – «хорошо»;
- с 50 до 70 баллов – «удовлетворительно»

Если студент при тестировании отвечает правильно менее, чем на 50 %, то автоматически выставляется оценка «неудовлетворительно» (без суммирования текущих рейтинговых баллов), а студенту назначается переэкзаменовка в дополнительную сессию.

2.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине

Общая процедура оценивания определена Положением о фондах оценочных средств.

1. Процедура оценивания результатов освоения программы дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности общекультурных и профессиональных компетенций студента, уровней обученности: «знать», «уметь», «владеть».

2. При сдаче экзамена/зачета:

– профессиональные знания студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, при выполнении тестовых заданий, практических работ;

– степень владения профессиональными умениями, уровень сформированности компетенций (элементов компетенций) – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

3. Результаты промежуточной аттестации фиксируются в баллах. Общее количество баллов складывается из следующего:

- до 60% от общей оценки за выполнение практических заданий,
- до 30% оценки за ответы на теоретические вопросы,
- до 10% оценки за ответы на дополнительные вопросы.

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ И ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(МОДУЛЮ)**

БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЕ И СТАРТАП ПРОЕКТА

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
Направленность: «Управление проектами»

Материалы для текущего контроля

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Кейс-задачи

по дисциплине «Бизнес-моделирование и стартап проекта»

Задание №1. Медовый месяц

«Продукты можно любить, но при этом не уважать. А «Шарбат» я и люблю, и уважаю,— признается Лиана Самборская. Уважаемый продукт она вместе с партнерами обнаружила несколько лет назад на центральном рынке Еревана, где продавали цукаты, заполненные медом, орехами и обработанные в течение месяца особым образом по старинным рецептам.

Любить цукаты в меду с орехами можно за вкус, а уважать — за пользу, ведь в отличие от привычных десертов они содержат только натуральные продукты. Как и создатель «Серебряного колодца», Лиана Самборская двигалась в фарватере главного тренда, создания полезных продуктов, но ставку сделала на экзотику.

Партнеры основали в Армении небольшое производство, для столичного рынка придумали название «Шарбат» и доработали рецептуру (прежде всего разнообразив виды используемых орехов — за счет более дорогих). При продаже товара сетям работают те же правила, что и при продаже товара потребителям: чем уникальнее продукт и уже его целевая аудитория, тем легче его путь. «Сети казались пафосными, просто так с улицы не придешь,— вспоминает Лиана Самборская, сама ездившая на встречи к категорийным менеджерам ритейлеров, вооружившись дипломами, полученными на выставке „Продэкспо“.— Главное — не говорить слов, которые вызывают агрессию.

Я сразу заявляла, что „Шарбат“ — эксклюзивный десерт ручной работы, идеально подходящий премиальным сетям. И, конечно, устраивала дегустацию». Без ошибок не обошлось—сначала «Шарбат» реализовывали в закрытых упаковках, но продажи не пошли. Дело двинулось, когда новинку стали продавать вразвес в отделе десертов. В итоге продукт появился в «Глобус Гурмэ» и «Азбуке вкуса». В «Седьмом континенте» продукт уже знали по полкам конкурентов — оказалось, что ритейлер даже самостоятельно пытался выйти на поставщиков, хотя «Шарбат» — не самый удобный для продавца продукт. Чтобы он сохранял презентабельный вид и хорошие вкусовые качества, его необходимо поливать медом каждые три дня. Несмотря на это, в месяц «Элитс» уже продает более двух тонн десерта, и в текущем году компания намерена довести цифру до пяти тонн.

Лиана Самборская признает, что проект немасштабный, но любимый. Возможно, такое отношение — для небольшого производителя непереносимое условие, чтобы появиться на полках серьезной сети. Хотя и не в сетях единых смысл жизни — Лиана Самборская рассматривает самые разные возможности для увеличения сбыта. Например, можно продавать «Шарбат» еврейской общине, если добиться признания его кошерности.

Задание к задаче:

1. Определите факторы успеха продуктовых инноваций.
2. К каким видам продуктовых инноваций относятся перечисленные примеры.

Задание №2 Газировка с плесенью

Ягодный сироп и сифон. Такова чуть ли не единственная безвредная альтернатива газированной «коле». Во всяком случае, именно подобным образом решили проблему напитков на празднике клиенты одного элитного ресторана. Ресторан принадлежит брату Георгия Гогичаева, поэтому о востребованности «безвредных» газировок генеральный директор ТД G T знал наверняка. «Я сам раз попробовал обычную газировку, — говорит Георгий Гогичаев. — Жажду не утоляет — наоборот, хочется ее запивать и запивать».

Слабогазированный напиток с соком прямого отжима «Серебряный колодец» придумал Урзумаг Дзагоев. Но хотя в нем использовалась вода из собственной скважины, в родной Северной Осетии продажи не пошли, и Дзагоев предложил Гогичаеву заняться дистрибуцией напитка. Гогичаев долго не раздумывал. «Напиток живой, и если открыть бутылку и оставить на три месяца, вырастет плесень», — восторгается он Серебряным колодцем. Для столичного рынка дистрибутор доработал этикетку и спозиционировал продукт как сокодержашую газировку. Сперва G T продвигал новинку в NoReCa и, реализовав за четыре месяца больше 110 тыс. бутылок, пошел в сети. В реальности модель «достойная новация — признание партнеров не всегда работает без сбоев».

Гогичаев столкнулся с типичной проблемой новаторов — непониманием новшества. «Однажды напиток поставили рядом с соками, а не газированной водой, менеджеры сети просто не поняли продукта», — говорит Гогичаев. Впрочем, в отличие от «Чайландии» или R.O.C.S. для GT инновационный товар — не самоцель, а ключ, который должен открыть дверь на другой рынок — Гогичаев с помощью новинок хочет приобщить людей к «Серебряному колодцу» и увеличить продажи простой «неинновационной» воды под этой маркой.

Задание к задаче:

1. Определите факторы успеха продуктовых инноваций.
2. К каким видам продуктовых инноваций относятся перечисленные примеры.

Задание №3. Дойная коза

Владимир Ляшенко часто приходит в офис с пакетами, набитыми покупками. Приобретенные товары он выставляет на полки шкафа в своем кабинете. «Там они ждут своего часа», — говорит генеральный директор компании «Косметика XXI».

Час наступает, когда покупка наталкивает Ляшенко на идею собственной марки. Производственный бизнес компании начался как раз с того, что своего часа однажды дождалась баночка польской косметики, содержащей козье молоко. Шесть лет назад Владимир Ляшенко возглавлял дистрибьюторскую компанию «Риф», но решил сам создавать брэнды. «Мы занимались российскими марками, и я насмотрелся как на ошибки, так и на прорывы,— вспоминает Ляшенко.— Знал уже поставщиков как облупленных: кто что может хорошо сделать. Ну и подумал, что конструктор из товара, упаковки и брэнда я бы и сам мог собирать». Денег на рекламу у компании не было, зато был опыт продаж недорогой косметики под брэндом Barbie, на который в свое время купили лицензию. Чтобы продавать косметику на козьем молоке тоже без рекламы, но и без лицензионного названия, Ляшенко решил сделать ставку на упаковку и придумал коричневые пластиковые бутылочки, имитирующие глиняные кувшины.

Успех новинки был феноменальный и скоро превзошел продажи Barbie, тем более что с владельцем лицензии начались проблемы. Некоторые сети даже бились за «Косметику на козьем молоке» (Ляшенко так и назвал свою марку), а о плате за вход речи и вовсе не шло. Многие говорили, что давно не видели более успешного товара. Как утверждают в компании, годовые продажи марки достигли \$10 млн. «Но чем легче ты входишь, тем резче все обрывается», — реалистичен Владимир Ляшенко.

Как это часто бывает у производителей недорогих товаров, интересная упаковка явно перевесила продукт — скоро марку стали покупать исключительно как подарок, а ритейлеры вспомнили о том, что всегда можно улучшить финансовые условия отношений с поставщиком. Продажи стали падать, и за прошлый год составили всего \$3,5 млн.

Ляшенко надеется, что создал с помощью «Косметики на козьем молоке» знание о зонтичной марке «Косметика XXI» и пытается развивать другие продукты под этим зонтиком», например косметику на оливках Olives или мужскую линейку «Пять звезд». Но нащупать столь же хитовую идею оказалось непросто, тем более что повторять ошибки и делать акцент на упаковку Ляшенко уже не хочет, предпочитал полагаться и на рекламу. Премиальную серию Pearline теперь продвигает не только стилизация флаконов под жемчужные раковины, но и образ Анастасии Волочковой.

Задание к задаче:

1. Определите факторы успеха продуктовых инноваций.
2. К каким видам продуктовых инноваций относятся перечисленные примеры.

Задание №4. Широко раскрытые зубы

«Трудно найти детей до трех лет без кариеса», - говорит Светлана Матело. Кариес у детей не только потому, что родители не привыкли чистить едва прорезавшиеся у ребенка зубы, но и потому, что мало кто выпускает пасты для младенцев. Как и Григорий Рысин, Светлана Матело начала с размышлений о детской версии традиционного продукта — идея пасты пришла, еще когда она работала в отделе исследований Colgate-Palmolive. Но тогда же пришла идея пасты для взрослых без фтора (он содержится во многих пастах, хотя взрослым не только не полезен, поможет быть вреден). И еще много пришло идей, но в Colgate-Palmolive нужно было адаптировать к России западные достижения, а не разрабатывать новые товары.

«Голова пухла от замыслов, а реализовывать их никто не давал», — вспоминает Светлана Матело. Замыслы дали реализовывать в компании DRC, которая занималась дистрибуцией американской пасты Rembrandt и хотела использовать опыт российских разработчиков, чтобы расширить бизнес. Светлана Матело стала генеральным директором компании и в 2004 году вывела на рынок премиальную «умную» пасту R.O.C.S. Если драйв «Чайландии» — прежде всего брэдинговая идея, то в основе зубной пасты — научные разработки. Кроме того, R.O.C.S. — не один нишевый продукт, а целая серия, премиальная зубная паста (до 200 руб. в рознице) с широким специализированным ассортиментом.

Детский репертуар марки: пасты для детей до трех лет, для детей от четырех до семи и для школьников. Взрослый репертуар: паста для снятия налета от сигарет и кофе, а также набор экзотических вкусов — грейпфрут и мята, черная смородина, манго и банан и др. Специализированный ассортимент стал главным оружием для вхождения в сети. Линейка профессиональных паст R.O.C.S. Medical (их рекомендует стоматолог) помогла завоевать расположение врачей. Затем R.O.C.S. появился в аптечных сетях — рынок принимал экзотику на ура. «Мы сделали ограниченную серию со вкусом шоколада и мяты, а когда хотели вывести из ассортимента, партнеры повисли на руках», — вспоминает Павел Сыркин, руководитель отдела продаж DRC.

После освоения аптечных сетей завоевание продуктового ритейла сильно упростилось — продажи через сеть «36,6» оказывались достаточной рекомендацией. За два года оборот производства, размещенного в Домодедове, перерос \$10 млн. Ассортимент уже едва помещается на полку ритейлеров, но в планах компании — расширять его и дальше. На очереди паста для пенсионеров. «Надо, наверное, остановиться», — говорит Светлана Матело. — Но мы не остановимся».

Задание к задаче:

1. Определите факторы успеха продуктовых инноваций.
2. К каким видам продуктовых инноваций относятся перечисленные примеры.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если даны полные, исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы или если дан неверный ответ на один из поставленных вопросов;
- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если даны неверные ответы на два из поставленных вопросов или если все приведенные ответы являются неправильными.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Комплект заданий для контрольной работы

по дисциплине «Бизнес-моделирование и стартап проекта»

Тема 1.1. Виды стартапов

Вариант 1

1. Что такое стартап?
2. Назовите виды стартапов.
3. Приведите этапы создания нового бизнеса или вывода на рынок нового бренда?

Вариант 2

1. Назовите варианты открытия нового направления в рамках существующего бизнеса.
2. Какие варианты расширения бизнеса существуют
3. какие методы используют для укрепления (расширение) позиции компании на рынке?

Вариант 3

1. Приведите примеры реализации нетривиальных, нестандартных целей или решение задач, которые ранее в компании не решались.
2. Каковы условия превращения нестандартных задач в зрелый бизнес?
3. Что такое венчурный бизнес?

Тема 1.2. Мировые и российские истории успеха стартапов

Вариант 1

1. Приведите примеры мировых и российских историй успеха стартапов.
2. Назовите этапы анализа мировой успешной бизнес-модели.
3. Каковы элементы сложной технологической составляющей проекта.

Вариант 2

1. Дайте характеристику концепции Customer Development («Создание потребителя»).
2. Что такое Бизнес-модель?
3. Объясните важность обратной связи с потребителями.

Вариант 3

1. Приведите особенности бизнес-модели для ИТ и интернет-проектов, телекоммуникационной отрасли, в биотехнологии, нанотехнологиях, энергетике и фармацевтике.

2. Опишите характеристики бизнес-модели бутстрэппера, их ключевые элементы отличия и свойства.

3. Каковы этапы выбора бизнес-модели.

Тема 1.3 Специфика проекта стартапа

Вариант 1

1. Опишите специфику проектов стартапа: значимость, риск, короткий операционный цикл.

2. Каковы классические стадии стартапа?

3. Опишите фазы стартапа.

Вариант 2

1. Назовите общее и особенное для бизнес-плана и стартап проекта.

2. Что такое бизнес-модель и бизнес-идея?

3. Каковы методы получения обратной связи от клиентов для корректировки бизнес-модели?

Вариант 3

1. Каковы новые проекты в высокотехнологичных отраслях?

2. Что такое хайтек стартап?

3. В чем особенность проектов в высокотехнологичных отраслях?

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий уровень сформированности компетенции, верно и в полном объеме показал глубокие исчерпывающие знания всего программного материала по дисциплине, понимание сущности проблемы; дал логически последовательные, содержательные, полные правильные и конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета, дополнительные вопросы; использовал в необходимой мере в ответах на вопросы материалы всей рекомендуемой литературы.

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он показал средний уровень сформированности компетенции, с незначительными замечаниями показал твердые и достаточно полные знания всего программного материала по дисциплине. Дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам.

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он показал низкий уровень сформированности компетенции, на базовом уровне с

ошибками показал знание и понимание предмета; дал правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы при устранении неточностей и несущественных ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах экзаменатора; при наличии ошибок в чтении и изображении схем процессов; при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он показал недостаточный уровень сформированности компетенции, дал неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов, сделал большое количество ошибок в ответе, не понимает сущности излагаемых вопросов; дает неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Вопросы для коллоквиумов, опросов, собеседования

по дисциплине «Бизнес-моделирование и стартап проекта»

Тема 1.1. Виды стартапов

1. Что такое стартап?
2. Назовите виды стартапов.
3. Приведите этапы создания нового бизнеса или вывода на рынок нового бренда?
4. Назовите варианты открытия нового направления в рамках существующего бизнеса.
5. Какие варианты расширения бизнеса существуют
6. какие методы используют для укрепления (расширение) позиции компании на рынке?
7. Приведите примеры реализации нетривиальных, нестандартных целей или решение задач, которые ранее в компании не решались.
8. Каковы условия превращения нестандартных задач в зрелый бизнес?
9. Что такое венчурный бизнес?
10. Дайте определение понятиям «Бизнес-моделирование и стартап проекта», «бизнес-планирование».

Тема 1.2. Мировые и российские истории успеха стартапов

1. Приведите примеры мировых и российских историй успеха стартапов.
2. Назовите этапы анализа мировой успешной бизнес-модели.
3. Каковы элементы сложной технологической составляющей проекта.
4. Дайте характеристику концепции Customer Development («Создание потребителя»).
5. Что такое Бизнес-модель?
6. Объясните важность обратной связи с потребителями.
7. Приведите особенности бизнес-модели для ИТ и интернет-проектов, телекоммуникационной отрасли, в биотехнологии, нанотехнологиях, энергетике и фармацевтике.
8. Опишите характеристики бизнес-модели бутстрэппера, их ключевые элементы отличия и свойства.
9. Каковы этапы выбора бизнес-модели.

Тема 1.3 Специфика проекта стартапа

1. Опишите специфику проектов стартапа: значимость, риск, короткий операционный цикл.
2. Каковы классические стадии стартапа?
3. Опишите фазы стартапа.
4. Назовите общее и особенное для бизнес-плана и стартап проекта.
5. Что такое бизнес-модель и бизнес-идея?
6. Каковы методы получения обратной связи от клиентов для корректировки бизнес-модели?
7. Каковы новые проекты в высокотехнологичных отраслях?
8. Что такое хайтек стартап?
9. В чем особенность проектов в высокотехнологичных отраслях?

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий уровень сформированности компетенции, верно и в полном объеме показал глубокие исчерпывающие знания всего программного материала по дисциплине, понимание сущности проблемы; дал логически последовательные, содержательные, полные правильные и конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета, дополнительные вопросы; использовал в необходимой мере в ответах на вопросы материалы всей рекомендуемой литературы.

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он показал средний уровень сформированности компетенции, с незначительными замечаниями показал твердые и достаточно полные знания всего программного материала по дисциплине. Дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам.

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он показал низкий уровень сформированности компетенции, на базовом уровне с ошибками показал знание и понимание предмета; дал правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы при устранении неточностей и несущественных ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах экзаменатора; при наличии ошибок в чтении и изображении схем процессов; при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он показал недостаточный уровень сформированности компетенции, дал неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов, сделал большое количество ошибок в ответе, не понимает сущности излагаемых вопросов; дает неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

**Перечень дискуссионных тем для круглого стола
(дискуссии, полемики, диспута, дебатов)**

по дисциплине «Бизнес-моделирование и стартап проекта»

Тема дискуссии: «Мировые и российские истории успеха стартапов»

Вопросы для обсуждения:

1. Цель производственного вида предпринимательства, основные формы проявления.
2. Обязательные этапы для создания стартап проекта.
3. Экономические, социальные и правовые условия необходимые для формирования предприимчивости людей.

Рекомендации по проведению дискуссии:

Игорь Картузов — убежденный богач и капиталист. Он может сколотить состояние и на выращивании картошки, и на производстве полипропилена, и на продаже гидравлики. Чтобы потом ловить кайф от инвестирования заработанного в новые проекты — именно так, по его мнению, можно использовать деньги для расширения собственного сознания.

Досье Игорь Картузов

Родился в 1970 г.

Образование:

- 1987-1992 гг. — Уральский лесотехнический институт, инженер-механик;

- 2002-2003 гг. — УГТУУПИ, президентская программа переподготовки управленческих кадров, специализация — «стратегический менеджмент»;

- 2002-2006 гг. — Санкт-Петербургский институт Гештальта (СПБИГ), психолог-консультант.

Диплом на тему «Применение методов Гештальт подхода в тренинге «Привычка быть богатым».

Карьера:

- с 1989г. по настоящее время — ООО «Картофель», учредитель, гендиректор (производство сельхозпродукции, хранение, доставка овощей);

- с 1995г. по настоящее время — ООО «Универсалкомплект», учредитель;

- с 1997г. по настоящее время — крестьянско-фермерское хозяйство,

учредитель (переработка сельхозпродукции, предоставление в аренду производственных, офисных и складских помещений, испытания новых производственных, инновационных направлений);

- с 1997г. по настоящее время — ООО «Бытхозторг», учредитель (оптоворозничная продажа товаров народного потребления);

- с 2000г. по настоящее время — ООО «Пилен», учредитель (производство и продажа мягких контейнеров МКР и ViGBaG из полипропилена для сухих сыпучих и концентрированных грузов, продажа полипропиленовых и полиэтиленовых тканей, полотен, лент, мешков и др.). Владелец пяти бизнесов с годовым оборотом в 350 млн. руб. Игорь Картузов вывел собственную формулу богатства: если периодически капитализировать часть своих денег — непременно разбогатеешь. Богатство он воспринимает философски — как ресурс — и в то же время очень конкретно — как потенциальный продукт или успешную идею. Став миллионером, Картузов решил поделиться своим капиталистическим опытом.

При встрече Игорь протягивает визитку с надписью: «Автор проекта «Привычка быть богатым». Это понятно, сейчас он раскручивает себя как тренер и хочет, чтобы в нем видели консультанта.

На вопросы отвечает быстро, используя обкатанные речевые модули, что сразу выдает в нем преподавателя.

— Главное — быть свободным в своих увлечениях: кататься на лыжах, плавать, путешествовать по миру, открывать для себя новые идеи, возвращаться и воплощать их, — подавшись вперед, быстро говорит Игорь Картузов. — Хотя, чем ты богаче, тем круче цели. Наше желаемое всегда обгоняет наши возможности как минимум на 20%.

Абрамович наверняка хотел купить яхту побольше, да нет такой — круче только крейсер. Кстати, я буквально позавчера вернулся из Андорры и привез оттуда новые идеи. (Роемся в холодильнике и потрясает в воздухе вакуумным пакетом с тертой морковью и упаковкой с зеленым салатом.) Вот, продукт из Андорры. В его основе — тот же принцип, на который рассчитываю и я.

Был приятно удивлен: оказывается, иду почти в ногу. Вот фитнес-салат из пяти видов трав. Сегодня у нас в стране их делают только два производителя — «Белая дача» и «Димитровские овощи». Срок реализации — три дня, а доставляют из Москвы. Отсюда стоимость — 100 руб. за упаковку 100 г, 1 тыс. руб. за килограмм. У москвичей упаковка качественная, не хватает только помидоров черри и маленького контейнера с оливковым маслом, чтобы салат был полностью готов. Так вот, тысяча рублей за кило — очень высокая цена. Дешевле могут поставлять только местные производители, но у нас такого пока не делают — есть свободная ниша. Салатная линия — это наша перспектива. Сейчас моя фирма работает с картофелем, скоро займемся морковью и свеклой, потом очередь за салатом. Я стажировался в Голландии по этому вопросу, владею технологией.

Откуда у вас привычка быть богатым? — Есть одно простое слово —

«делать». Мы все умные. Американцы тупые, как говорит Задорнов, а мы умные. Мы все тщательно просчитываем, в том числе риски. И если вероятность неудачи велика, ничего не делаем. Весь процесс мысленный. А американцы просто берут и делают, особо не задумываясь. В этом и разница. Чтобы стать богатым, нужно просто начать делать.

В основе богатства лежит не логика, не знания, не творчество, не интуиция, а просто бездумное действие? — Примитивное. То, что вы перечислили, — стандартная схема... Привычка к богатству заключается в постоянной ежемесячной капитализации части своих средств. Когда ты каждый месяц откладываешь копеечку, подобное начинает притягивать подобное: начинаешь интересоваться, куда потом эти деньги деть, чтобы они работали, наводить справки о рынке акций, золота, недвижимости и т. д.

То есть наличие денег расширяет сознание? — Да, ими же надо распоряжаться! На капитализированных деньгах ты учишься быть богатым. Я знаю человека, который собрал коллекцию утюгов. Отдельно сами по себе они ничего не стоят, а в формате коллекции это уже ценность. А как вы начали путь к богатству? — В детстве, наверное. Это проявлялось еще в коллекционировании — сначала календариков, потом значков, потом марок, потом монетами занялся... А первые серьезные деньги делал на спекуляции — возил из Москвы товары (одежду, сумки и т. д.) на продажу в Екатеринбург.

Вся прибыль делилась поровну: половина на развитие, половина на потребление. Потом на потребление стал оставлять все меньше и постепенно сформировал капитал. Деньги вложил в бумажный бизнес. Я и еще несколько человек покупали большие рулоны бумаги и резали по определенным размерам. Так появился вкус к производству.

В чем заключался бизнес? — Бумага продавалась здоровенными бобинами. Мы сконструировали специальную установку, которая резала бобины на большие листы — флаты. Флаты клали на бумажную гильотину, она рубила уже мелкие форматы — А4, А3. И еще ролики шириной 210 мм (они раньше использовались на матричных принтерах, которые стояли повсюду — в каждой бухгалтерии, в коммунальных службах и т. д.). Импортная бумага тогда была очень дорогой, а качество упаковки отечественного целлюлознобумажного завода оставляло желать лучшего. Мы делали свою фирменную упаковку и продавали через магазины и специализированные компании.

Супердоходный бизнес, это была ниша для мелких производителей, как я.

Задание к задаче:

1. Укажите инновации, которые Игорь Картузов использует в своих бизнесах.

2. Какие факторы, на ваш взгляд предопределили успешное внедрение описанных инноваций?

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если он активно участвовал в проведении круглого стола, либо в роли активного участника, либо в роли оппонента;
- оценка «не зачтено» ставится студенту в случае отказа от участия в работе круглого стола.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Темы творческих заданий

по дисциплине «Бизнес-моделирование и стартап проекта»

Групповые творческие задания:

Задание 1. Создание современного стартап проекта.

Используя этапы развития стартапа (Бережливый стартап):

1. «Выявление потребителей», в течение которого стартап строит гипотезы о том, как его продукт решает проблемы потенциальных клиентов.

2. «Верификация потребителей», этап проверки гипотез и подготовки плана продаж, маркетинговой стратегии, поиска ранних последователей компании. В случае неудачи на этом этапе стартап возвращается к выявлению своих потребителей.

3. «Привлечение потребителей» после подтверждения полезности продукта компании. Стартап переходит к продажам продукта и инвестициям в маркетинг.

4. «Создание компании» — конечная цель стартапа, создание формальной структуры компании и бизнес-процессов для дальнейшего развития.

Предложите вариант бизнес-плана в области:

Сельского хозяйства;

Пищевой промышленности;

Розничной торговли;

Ит-сфере;

Образования;

Альтернативного топлива;

Услуг;

Культуры.

Индивидуальные творческие задания (доклады):

1. Сущность предпринимательства и старт-ап проектов.

2. Цель производственного вида предпринимательства, основные формы проявления.

3. Обязательные этапы для создания старт-ап проекта.

4. Цель создания финансово-промышленных групп в России.

5. Экономические, социальные и правовые условия необходимые для формирования предприимчивости людей.
6. Содержание коммерческого предпринимательства.
7. Виды и формы предпринимательства.
8. Особенности финансового предпринимательства.
9. Что включает в себя внешняя среда предприятия.
10. Жизненные циклы предприятия.
11. Какие предприятия относят к малым.
12. Преимущества малого предприятия.
13. Виды риска, их влияние на деятельность предприятия.
14. Способы снижения рисков.
15. Способы уменьшения риска.
16. Сущность конкуренции и ее виды.
17. Патентная информация ее преимущества и особенности. Основные потребители патентной информации.
18. Типы патентных документов. Патентные фонды и базы данных.
19. Базы данных непатентной научно-технической документации.
20. Особенности сбора конъюнктурной информации.
21. Традиционные и новые средства патентного поиска.
22. Стратегия составления поискового запроса.
23. Составление таблиц, отражающих динамику патентования.
24. Составление матриц «цели (задачи) изобретения – средства их достижения».
25. Составление матриц «выявленные тенденции развития объекта техники».
26. Назначение и виды патентно-информационных исследований.
27. Международная патентная классификация.
28. Технология информационного патентного поиска.
29. Особенности исследований на патентную чистоту.
30. Применение ГОСТ Р15.011-96.
31. Алгоритм патентного поиска по базе данных Роспатента.
32. Алгоритм патентного поиска по базе данных esp@cenet.
33. Правила составления технологических прогнозов на основе патентной информации.
34. Порядок проведения патентных исследований.
35. Анализ деятельности хозяйствующего субъекта и перспектив ее развития.
36. Определение требований к новой продукции на основе патентных исследований.
37. Патентно-правовые показатели продукции.
38. Выявление условий конкуренции и фирм–конкурентов на рынке нового продукта на основе патентной информации.

Особенности выполнения заданий:

Групповое творческое задание предполагает устное обсуждение студентами предлагаемых вариантов в парах или тройках. Далее проходит устная презентация выполненного задания.

Индивидуальные творческие задания (доклады) проводятся в форме защиты презентации.

Критерии оценки:

| № п/п | Оцениваемые параметры | Оценка в баллах |
|-----------------|--|-----------------|
| 1. | Качество доклада: - производит выдающееся впечатление, четко выстроен, рассказывается, объясняется суть работы; - рассказывается, но не объясняется суть работы; - зачитывается. | 5 3-4 1-2 |
| 2. | Использование демонстрационного материала: - автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался; - использовался в докладе, хорошо оформлен, но есть неточности; - представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно. | 5 3-4 1-2 |
| 3. | Качество ответов на вопросы: - отвечает на вопросы; - не может ответить на большинство вопросов; - не может четко ответить на вопросы. | 5 3-4 1-2 |
| 4. | Владение научным и специальным аппаратом: - показано владение специальным аппаратом; - использованы общенаучные и специальные термины; - показано владение базовым аппаратом. | 5 3-4 1-2 |
| 5. | Четкость выводов: - полностью характеризуют работу; - нечетки; - имеются, но не доказаны. | 5 3-4 1-2 |
| В среднем 5 - 1 | | |

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Комплект разноуровневых задач

по дисциплине «Бизнес-моделирование и стартап проекта»

А. ЗАДАЧИ РЕПРОДУКТИВНОГО УРОВНЯ

Задача 1. Детский клад

Много ли пользы от МВА, полученного во французской бизнес-школе НЕС, если приходится управлять небольшой чайной фабрикой в Подмоскovie? Генеральный директор компании «Императорский чай» Григорий Рысин убежден, что немало. Во Франции нам читали курс о прорывных стратегиях, — вспоминает он.— В мире давно разработано несколько простых приемов для поиска идей новых продуктов. Например, можно попробовать отыскать для обычного товара необычную целевую аудиторию. Когда Григорию Рысину, поработавшему в «Старике Хоттабыче» и «Рамзае», пришлось реорганизовывать фабрику, продававшую байховый чай в нецивилизованной рознице, он просто последовал рекомендациям курса. А в качестве новой аудитории чая выбрал детей, которые хотят употреблять не совсем подходящий взрослый продукт.

Детский чай должен не вредить здоровью ребенка, следовательно, завариваться не крепко и содержать только натуральные добавки (если это ароматизированный напиток). Еще лучше, если детский чай приносит пользу — значит, он обязан быть витаминизированным. Не помешает рекомендация Министерства здравоохранения. Также не лишним будет соответствующее название, яркая упаковка и игрушка внутри, как у шоколадного яйца «Киндер-сюрприз».

Считается, что разработка новых брэндов стоит серьезных инвестиций в технологии и брэндинг. Но на создание марок детского чая фабрика потратила около \$100 тыс., причем все деньги ушли в разработку брэндов — среднеценового «Чайландия» и премиального PlayTea, а вот для создания инновационного продукта даже не пришлось модернизировать производство (оказалось достаточно купить недорогое оборудование). «С помощью детского чая нам удалось попасть в сети, которые прежде просто не хотели с нами разговаривать, такие как „Перекресток” и „Пятерочка”, — говорит Григорий Рысин. Впрочем, чтобы укрепить отношения с сетевым ритейлом, «Императорскому чаю» пришлось наладить и выпуск частных марок для сетей. Зато благодаря «Чайландии», а также другим нишевым проектам — офисному чаю TeaVgeak и сувенирным чаям — компании удалось снизить

долю продаж в неорганизованной рознице—со 100% до 50%.

Потребление чая не растет, крупные игроки съедают мелких, и только такие проекты, как «Чайландия» и PlayTea, позволяют небольшой фабрике смотреть в будущее без судорог. «На нашем рынке задача может быть только одна — стать максимально гибкой компанией, — говорит Григорий Рысин.— Компанией, которая может все». Фабрика развивает успех: недавно она смогла выпустить первый чай для мусульман «Кунак», рекомендованный Союзом муфтиев России.

Задание к задаче:

1. Определите факторы успеха продуктовых инноваций.
2. К каким видам продуктовых инноваций относятся перечисленные примеры.

Задача 2. Широко раскрытые зубы

«Трудно найти детей до трех лет без кариеса», - говорит Светлана Матело. Кариес у детей не только потому, что родители не привыкли чистить едва прорезавшиеся у ребенка зубы, но и потому, что мало кто выпускает пасты для младенцев. Как и Григорий Рысин, Светлана Матело начала с размышлений о детской версии традиционного продукта — идея пасты пришла, еще когда она работала в отделе исследований Colgate-Palmolive. Но тогда же пришла идея пасты для взрослых без фтора (он содержится во многих пастах, хотя взрослым не только не полезен, поможет быть вреден). И еще много пришло идей, но в Colgate-Palmolive нужно было адаптировать к России западные достижения, а не разрабатывать новые товары.

«Голова пухла от замыслов, а реализовывать их никто не давал», — вспоминает Светлана Матело. Замыслы дали реализовывать в компании DRC, которая занималась дистрибуцией американской пасты Rembrandt и хотела использовать опыт российских разработчиков, чтобы расширить бизнес. Светлана Матело стала генеральным директором компании и в 2004 году вывела на рынок премиальную «умную» пасту R.O.C.S. Если драйв «Чайландии» — прежде всего брэндинговая идея, то в основе зубной пасты — научные разработки. Кроме того, R.O.C.S. — не один нишевый продукт, а целая серия, премиальная зубная паста (до 200 руб. в рознице) с широким специализированным ассортиментом. Детский репертуар марки: пасты для детей до трех лет, для детей от четырех до семи и для школьников.

Взрослый репертуар: паста для снятия налета от сигарет и кофе, а также набор экзотических вкусов — грейпфрут и мята, черная смородина, манго и банан и др. Специализированный ассортимент стал главным оружием для вхождения в сети. Линейка профессиональных паст R.O.C.S. Medical (их рекомендует стоматолог) помогла завоевать расположение врачей. Затем R.O.C.S. появился в аптечных сетях — рынок принимал экзотику на ура.

«Мы сделали ограниченную серию со вкусом шоколада и мяты, а когда хотели вывести из ассортимента, партнеры повисли на руках», — вспоминает

Павел Сыркин, руководитель отдела продаж DRC. После освоения аптечных сетей завоевание продуктового ритейла сильно упростилось — продажи через сеть «36,6» оказывались достаточной рекомендацией. За два года оборот производства, размещенного в Домодедове, перерос \$10 млн. Ассортимент уже едва помещается на полку ритейлеров, но в планах компании — расширять его и дальше. На очереди паста для пенсионеров. «Надо, наверное, остановиться, — говорит Светлана Матело. — Но мы не остановимся».

Задание к задаче:

1. Определите факторы успеха продуктовых инноваций.
2. К каким видам продуктовых инноваций относятся перечисленные примеры.

В. ЗАДАЧИ РЕКОНСТРУКТИВНОГО УРОВНЯ

Задача 1. Общество с ограниченной ответственностью «КОНСАЛТ-СЕРВИС» создано 31 ноября 2014 года. На самарском рынке ООО «КОНСАЛТ-СЕРВИС» является одной из ведущих компаний по оказанию консалтинговых услуг в сфере управления финансами и по оказанию профессиональных услуг в области бухгалтерского учета. Согласно уставу миссия компании – оказание качественных аудиторских, бухгалтерских и финансовых услуг, способствующих эффективности бизнес-процессов клиентов. ООО «КОНСАЛТ-СЕРВИС» оказывает услуги по следующим направлениям:

- 1) консультирование по вопросам финансового посредничества;
- 2) предоставление юридических услуг;
- 3) абонентское обслуживание;
- 4) консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления.

Самой развитой услугой в ООО «КОНСАЛТ-СЕРВИС» на сегодняшний день является абонентское обслуживание. Абонентское обслуживание включает в себя:

- 1) телефонную линию консультаций с выдачей устных или письменных разъяснений по применению законодательства;
- 2) «преддоговорную экспертизу», т.е. экспертизу документов, которые предполагается подписать на предприятии;
- 3) подбор по запросам заказчика необходимых ему нормативных документов;
- 4) оперативное информирование заказчика об изменениях в законодательстве, касающихся его деятельности.

Штат организации на 1.01.16 г. включает 35 сотрудников. SWOT-анализ фирмы представлен в табл. 1. В Самаре на сегодняшний день консалтинговые услуги оказывают около 89 фирм, среди них: юридические – 53, в области финансового консультирования на рынке города Самары работают 23 фирмы, в области бухгалтерского учета и аудита – 13 фирм.

Таблица 1. SWOT-анализ ООО «КОНСАЛТ-СЕРВИС»

| Сильные стороны | Слабые стороны |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Произошло интенсивное развитие рынка аудиторских и консалтинговых услуг. 2. Рынок аудиторских и консалтинговых услуг сформировался как рынок чистой конкуренции. 3. Сформировалась новая законодательная и нормативно-правовая база в области аудиторских услуг. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Существуют определенные недостатки в профессиональном подходе к оказанию консалтинговых услуг. 2. Нет определенных структур, регулирующих деятельность в области консалтинга. 3. Законодательная и нормативная базы до конца не отработаны. |
| Возможности | Угрозы |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль аудиторских и консалтинговых услуг возрастает. 2. Разработка и внедрение внутрифирменных стандартов организации. 3. Повышение и переподготовка кадров, создание объединения высококвалифицированных специалистов в различных направлениях экономической деятельности. 4. В аудиторских компаниях расширяется спектр предоставляемых услуг. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаточность в разработках программ повышения квалификации и переподготовки кадров ведет к снижению доверия в области оказания услуг, вводит в заблуждение их пользователей. 2. Несбалансированная деятельность саморегулируемых организаций ведет к дезорганизации внутри аудиторских и консалтинговых структур. 3. Дополнительные расходы компании могут привести к увеличению стоимости оказываемых услуг или к ухудшению финансового состояния организации. |

ООО «КОНСАЛТ-СЕРВИС» имеет 23 клиента, которые находятся на абонентском обслуживании. 90 процентов всех клиентов, находящихся на абонентском обслуживании, являются ООО. Остальные 10 процентов приходятся на одно закрытое акционерное общество и одного индивидуального предпринимателя, по 5 процентов соответственно.

Такая ситуация объясняется тем, что организации, как правило, имеют крупный документооборот, проводят большое количество расчетных банковских операций, нуждаются в официальном консалтинговом сопровождении.

Индивидуальные предприниматели в основном работают с наличными денежными средствами, редко обращаясь за официальной помощью, предпочитая ей неофициальное сотрудничество с бухгалтерами в случае необходимости.

Анализ основных конкурентов ООО «КОНСАЛТ-СЕРВИС» представлены в табл. 2.

Таблица 2. Анализ конкурентов

| Характеристики конкурирующей продукции | ООО «КОНСАЛТ-СЕРВИС» | ООО «ПРОФИТ» | ООО «СВЯЗЬ-КОНСАЛТ» | ООО «АУДИТ-ЦЕНТР» | ООО «ЛАЙР» | ООО «ПАРТНЕР-САМАРА» |
|--|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Качество услуг | Выше среднего | Среднее | Выше среднего | Среднее | Среднее | Среднее |
| Уровень цен | Средние | Средние | Высокие | Высокие | Высокие | Низкие |
| Объем оказанных услуг | Средний | Низкий | Средний | Средний | Низкий | Высокий |
| Стабильность оказания услуг | Высокий | Средний | Средний | Высокий | Низкий | Средний |
| Консультации клиентам | Да | Да | Да | Да | Да | Да |
| Доступность | Все категории населения | Все категории населения | С доходом выше среднего | С доходом выше среднего | С доходом выше среднего | Все категории населения |
| Ассортимент услуг | Средний | Небольшой | Небольшой | Средний | Небольшой | Средний |
| Персонал | в/к* | в/к | в/к | в/к | в/к | в/к |

* высококвалифицированный

Анализ клиентов, находящихся на абонентском обслуживании, показывает, что 74 % клиентов используют общую систему налогообложения. Это в первую очередь объясняется их деятельностью. 64 % из них занимаются оптовой торговлей (как продуктами питания, так и промышленными товарами, кормами), 11 % ведут строительные работы и 25 % приходится на производство и прочее. Согласно действующему налоговому законодательству РФ, такие виды деятельности попадают под общую систему налогообложения.

Оставшиеся 26 % процентов приходятся на клиентов, применяющих упрощенную систему налогообложения (13 %) и систему налогообложения на основе единого налога на вмененный доход (13 %).

Использует эти системы налогообложения малый бизнес, для которого законодательно предусмотрена поддержка в виде льготных условий налогообложения.

На долю клиентов, применяющих общую систему налогообложения, приходится 86 % объема выручки от предоставления абонентского обслуживания, 268000 рублей в абсолютном выражении. По 7 % процентов (23000 рублей) приходится на клиентов, применяющих УСН и ЕНВД.

Анализ структуры доходов за 2014–2015 гг. показывает, что 75 % доходов приходится на абонентское обслуживание, что составляет 1658076 рублей в абсолютном выражении. 10 % приходится на оказание юридических услуг, 196000 рублей в абсолютном выражении. 8 % приходится на консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления, 160000 рублей в абсолютном выражении. Наименьшую долю в структуре доходов за 2014-2015гг. имеют разовые финансовые консультации (7 %),

110000 рублей.

Таблица 3. Результаты расчета коэффициентов ликвидности предприятия

| Наименование коэффициента | 2014 г. | 2015 г. |
|--|---------|---------|
| Величина собственных оборотных средств | 582 | 3809 |
| Коэффициент текущей ликвидности | 1,8 | 2,8 |
| Коэффициент срочной ликвидности | 1,775 | 2,772 |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 0,34 | 0,3 |

Таблица 4. Финансовые результаты деятельности ООО «КОНСАЛТ-СЕРВИС»

| Показатель | 2014 г. | 2015 г. | Отклонения |
|--------------------------------|---------|---------|------------|
| 1. Выручка от реализации услуг | 2538 | 7393 | +4855 |
| 2. Основные средства | 1205 | 1435 | +230 |
| 3. Оборотные активы | 1333 | 5958 | +4625 |
| 4. Фондоотдача | 2,1 | 5,2 | +3,1 |
| 5. Численность работников | 15 | 35 | +20 |
| 6. Валовая прибыль | 31000 | 49000 | +18000 |
| 7. Прибыль от реализации услуг | 28250 | 41283 | +13033 |
| 8. Чистая прибыль | 26000 | 42000 | +16000 |
| 9. Норма чистой прибыли | 0,84 | 0,86 | +0,2 |
| 10. Рентабельность продаж | 10,24 | 5,68 | -4,56 |

Таблица 5. Результаты расчетов коэффициентов финансовой устойчивости предприятия

| Наименование коэффициента | 2014 г. | 2015 г. |
|---|---------|---------|
| Коэффициент автономии | 0,5 | 0,6 |
| Коэффициент финансовой зависимости | 2,8 | 1,6 |
| Коэффициент финансовой устойчивости | 0,5 | 0,6 |
| Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами | 0,44 | 0,64 |
| Коэффициент маневренности собственного капитала | 0,46 | 0,7 |

Анализ свидетельствует, что ООО «КОНСАЛТ-СЕРВИС» является финансово устойчивой и платежеспособной компанией. Цена капитала предприятия по балансу составляет 11 %. Сумма собственных средств, доступных для финансирования проекта составляет 320 тыс. руб.

Задание:

1. Разработать проект повышения конкурентоспособности предприятия.
2. Проанализировать способы финансирования проекта, их преимущества и недостатки.
3. Выявить ресурсы, определяющие стоимость данного проекта.
4. Определить необходимые объемы и источники финансирования проекта.
5. Обосновать выбор формы проектного финансирования.

С. ЗАДАЧИ ТВОРЧЕСКОГО УРОВНЯ

Кейс-задача: Теплый дом

Предприятие организовано в форме общества с ограниченной ответственностью в 2003 г. Полное наименование предприятия – «Общество с ограниченной ответственностью Стройбаза "Тёплый дом"». ООО Стройбаза «Теплый дом» осуществляет деятельность на рынке строительных материалов (оптово-розничная торговля строительно-отделочными материалами), работа в сфере поставок материалов на строительные площадки по взаимозачету за квадратные метры, и деятельность по предоставлению различных услуг в сфере реализации имеющейся недвижимости. ООО Стройбаза «Тёплый дом» имеет офис, оборудованный всей необходимой офисной техникой, и склад строительных материалов. Предметом деятельности ООО является:

- оптово-розничная торговля строительно-отделочными материалами, - помощь и консультирование клиентов в выборе материалов для строительных работ, - отгрузка и доставка материалов со склада до необходимого объекта. Основные потребители ООО Стройбаза «Теплый дом» за 2015 г. представлены в табл. 6.

Таблица 6. Структура клиентов в ООО Стройбаза «Теплый дом» в 2015 г.

| Клиенты | Количество, ед. | Удельный вес, % |
|-----------------|-----------------|-----------------|
| Предприятия | 5 | 6,25 |
| Физические лица | 75 | 93,75 |

Большая часть клиентов агентства – это физические лица, их удельный вес в структуре составляет 93,75 %, а предприятий (основные – ООО «Маэстро», ООО «Клиент», ООО «Вектор» и др.) лишь 6,25 %. Штат фирмы состоит из 46 человек. В ООО Стройбаза «Теплый дом» входит ряд розничных торговых точек в разных районах г. Самара.

История создания предприятия начиналась с продаж сухих строительных смесей, красок и эмалей. Развитие фирма получила после заключения контракта с производителями строительных материалов, тем самым ассортимент реализуемой продукции был расширен.

Появились такие товары, как кирпич, цемент, тепло- и гидроизоляционные материалы, гипсокартон и его комплектующие, блоки различного назначения и т.д. В настоящее время в ассортимент ООО Стройбаза «Теплый дом» входит более двухсот наименований товаров. Политика предприятия направлена на расширение номенклатуры товаров. Предприятие занимается продажей товаров как оптом, так и в розницу.

Качество товаров гарантируется и подтверждается сертификатами производителей. У фирмы сложились партнерские отношения с заводами-производителями, качество продукции которых отвечает стандартам. Из анализа финансовых показателей предприятия за последние три года выявлена тенденция увеличения объема реализации товаров в три

раза. В целом предприятие финансово устойчиво и динамично развивается.

Таблица 7. Результаты финансовой деятельности за период 2013–2015 гг. (в тыс. руб.)

| Показатель | Значение показателя, | | | Изменение показателя | | Средне-годовая величина, |
|---|----------------------|-----------|-----------|----------------------|---------------------|--------------------------|
| | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | (гр.4 - гр.2) | ± % (((4-2) : 2) | |
| Выручка | 1 271 810 | 1 532 360 | 1 835 570 | +563 760 | +44,3 | 1 546 580 |
| Расходы по обычным видам деятельности | 1 242 347 | 1 473 326 | 1 736 009 | +493 662 | +39,7 | 1 483 894 |
| Прибыль (убыток) от продаж (1-2) | 29 463 | 59 034 | 99 561 | +70 098 | +3,4 раза | 62 686 |
| Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате | -7 908 | -11 950 | -14 564 | -6 656 | ↓ | -11 474 |
| ЕВИТ (прибыль до уплаты процентов и налогов) (3+4) | 21 555 | 47 084 | 84 997 | +63 442 | +3,9 раза | 51 212 |
| Проценты к уплате | 6 644 | 6 633 | 7 877 | +1 233 | +18,6 | 7 051 |
| Изменение налоговых активов и обязательств, налог на прибыль и прочее | -3 326 | -7 286 | -15 655 | -12 329 | ↓ | -8 756 |
| Чистая прибыль (убыток) (5-6+7) | 11 585 | 33 165 | 61 465 | +49 880 | +5,3 раза | 35 405 |

Цена капитала предприятия по балансу составляет 15 %. Сумма собственных средств, доступных для финансирования проекта, составляет 350 тыс. руб. Доля рынка ООО «Теплый дом» – 7 %. Анализ показателей конкурентоспособности компаний, работающих на Самарском рынке, представлен в табл. 8.

Таблица 8. Анализ показателей конкурентоспособности компаний, работающих на Самарском рынке

| Конкуренты | Цена | Наличие скидок и акций | Наличие доставки | Реклама | Широта | Безналичный расчет | Работа на заказ | Наличие интернет-сайта | Консультации | Итого | Средний бал | Место в рейтинге |
|---------------------|------|------------------------|------------------|---------|--------|--------------------|-----------------|------------------------|--------------|-------|-------------|------------------|
| «Стройформат» | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 5 | 36 | 4 | 3 |
| Сагурнстроймаркет» | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 40 | 4,44 | 2 |
| «Дом-Строй» | 3 | 3 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 3 | 13 | 1,4 | 13 |
| «Меркурий» | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 5 | 33 | 3,66 | 5 |
| «Элит-Строй» | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 3 | 0 | 2 | 21 | 2,33 | 11 |
| «Технострой» | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 0 | 5 | 32 | 5,55 | 1 |
| «Дом и ремонт» | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 33 | 3,66 | 6 |
| «Славдом» | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 5 | 23 | 2,55 | 10 |
| «Стройдаром» | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 35 | 3,88 | 4 |
| «ФасалСтрой-Маркет» | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 1 | 1 | 0 | 3 | 27 | 3 | 8 |
| «Муравейник» | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 0 | 2 | 4 | 30 | 3,33 | 7 |
| «СтройБизнес» | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 0 | 0 | 4 | 21 | 2,33 | 11 |
| «Самара СМ» | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 0 | 0 | 4 | 19 | 2,11 | 12 |
| «СтройПартнер» | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 0 | 4 | 25 | 2,77 | 9 |
| «Теплый дом» | 5 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 0 | 4 | 25 | 2,77 | 9 |

В табл. 9 представлен SWOT-анализ ООО Стройбаза «Теплый дом».

Таблица 9. SWOT-анализ ООО Стройбаза «Теплый дом»

| | |
|---|---|
| <p>Сильные стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокое качество продукции. 2. Высокий производственный потенциал. 3. Хорошо укомплектованный и работоспособный отдел продаж. 4. Организована доставка. 5. Организована возможность возврата остатков продукции. | <p>Слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маленькая доля рынка. 2. Отсутствие усилий по брендингу. 3. Отсутствие четко выраженного позиционирования. 4. Сбытовая ориентация. |
| <p>Возможности</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рынок растет, появляются новые быстрорастущие сегменты. 2. Бренд-технологии существенно увеличивают сбыт. 3. По направлениям стратегический маркетинг и аналитический маркетинг существуют консалтинговые компании, они описаны в периодической литературе, т.е. доступны для адаптации у себя на предприятии. | <p>Угрозы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Активизация конкурентов. 2. «Сильные бренды» на рынке у конкурентов. |

Практические задания по кейсу

1. Разработать проект повышения конкурентоспособности предприятия.
2. Проанализировать способы финансирования проекта, их преимущества и недостатки.
3. Выявить ресурсы, определяющие стоимость данного проекта.
4. Определить необходимые объемы и источники финансирования

проекта.

5. Обосновать выбор формы проектного финансирования.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий уровень сформированности компетенции, верно и в полном объеме показал глубокие исчерпывающие знания всего программного материала по дисциплине, понимание сущности проблемы; дал логически последовательные, содержательные, полные правильные и конкретные ответы на все вопросы.

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он показал средний уровень сформированности компетенции, с незначительными замечаниями показал твердые и достаточно полные знания всего программного материала по дисциплине, правильное понимание сущности проблемы. Дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам.

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он показал низкий уровень сформированности компетенции, на базовом уровне с ошибками показал знание и понимание сущности проблемы; дал правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он показал недостаточный уровень сформированности компетенции, дал неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов, сделал большое количество ошибок в ответе, не понимает сущности излагаемых вопросов; дает неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Темы докладов (презентаций)

по дисциплине «Бизнес-моделирование и стартап проекта»

1. Сущность предпринимательства и старт-ап проектов.
2. Цель производственного вида предпринимательства, основные формы проявления.
3. Обязательные этапы для создания старт-ап проекта.
4. Цель создания финансово-промышленных групп в России.
5. Экономические, социальные и правовые условия необходимые для формирования предприимчивости людей.
6. Содержание коммерческого предпринимательства.
7. Виды и формы предпринимательства.
8. Особенность финансового предпринимательства.
9. Что включает в себя внешняя среда предприятия.
10. Жизненные циклы предприятия.
11. Какие предприятия относят к малым.
12. Преимущества малого предприятия.
13. Виды риска, их влияние на деятельность предприятия.
14. Способы снижения рисков.
15. Способы уменьшения риска.
16. Сущность конкуренции и ее виды.
17. Патентная информация ее преимущества и особенности. Основные потребители патентной информации.
18. Типы патентных документов. Патентные фонды и базы данных.
19. Базы данных непатентной научно-технической документации.
20. Особенности сбора конъюнктурной информации.
21. Традиционные и новые средства патентного поиска.
22. Стратегия составления поискового запроса.
23. Составление таблиц, отражающих динамику патентования.
24. Составление матриц «цели (задачи) изобретения – средства их достижения».
25. Составление матриц «выявленные тенденции развития объекта техники».
26. Назначение и виды патентно-информационных исследований.
27. Международная патентная классификация.
28. Технология информационного патентного поиска.
29. Особенности исследований на патентную чистоту.

30. Применение ГОСТ Р15.011-96.
31. Алгоритм патентного поиска по базе данных Роспатента.
32. Алгоритм патентного поиска по базе данных esp@cenet.
33. Правила составления технологических прогнозов на основе патентной информации.
34. Порядок проведения патентных исследований.
35. Анализ деятельности хозяйствующего субъекта и перспектив ее развития.
36. Определение требований к новой продукции на основе патентных исследований.
37. Патентно-правовые показатели продукции.
38. Выявление условий конкуренции и фирм–конкурентов на рынке нового продукта на основе патентной информации.

Краткие рекомендации к выполнению

Прежде чем писать доклад на выбранную тему, студент согласовывает ее с преподавателем, составляет план доклада. Затем изучает закрепленную за ним тему по учебным пособиям, другим литературным источникам, конспектам лекций.

Требования к оформлению

Доклад (реферат) выполняется студентом самостоятельно в отдельной папке с титульным листом на стандартных листах формата А4, шрифт Times New Roman, кегель 14, интервал – 1,5, поля: верхнее, нижнее – 2,0; слева – 3,0; справа – 1,0. Форматирование по ширине. Отступ первой строки - 1,25.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если доклад носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенный анализ теории по выбранному вопросу, проведен анализ точек зрения различных авторов или литературных источников, логично и последовательно изложен материал, сделаны соответствующие выводы.

- оценка «незачтено» выставляется студенту, если доклад не отвечает основным требованиям, имеет поверхностный анализ и недостаточный уровень самостоятельности студента, материал изложен непоследовательно.

2. Материалы для проведения текущей аттестации Текущая аттестация 1

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Комплект заданий для проведения текущей аттестации (в форме контрольной работы)

по дисциплине «Бизнес-моделирование и стартап проекта»

Тема 1.1. Виды стартапов

Кейс-задача

ООО «Вираж» занимается оптовой и розничной продажей средств бытовой химии, косметико-гигиенической продукции и хозтоваров. Предприятие работает на рынке около 10 лет. Все это время предприятие активно росло, динамично развивалось, осваивало новые рынки, увеличивало ассортимент, занималось поиском и установлением взаимоотношений с поставщиками и потребителями. На сегодняшний день прайс-лист ООО «Вираж» на постоянной основе включает более 5000 ассортиментных позиций парфюмерии, косметики, бытовой химии, средств гигиены и хозтоваров. Компания располагает арендуемыми складскими помещениями общей площадью 2300 кв. м на территории города. Офисная часть – 114 кв.м. ООО «Вираж» является небольшим предприятием, среднесписочная численность сотрудников на январь 2013 года составила 61 человек. На предприятие насчитывается три подразделения, которые подчиняются непосредственно директору ООО «Вираж». Экономические показатели предприятия ООО «Вираж» за пятилетний период (2008–2012 гг.). Так, основными экономическими показателями деятельности ООО «Вираж» являются выручка, затраты и прибыль, которые представим в табл.

Таблица — Основные экономические показатели деятельности, тыс. руб.

| № п/п | Наименование показателей | Годы | | | | | Изменение | Темп роста, % |
|-------|----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------------|
| | | 2010 | 20011 | 2013 | 2012 | 2014 | | |
| 1. | Выручка от реализации продукции | 297236 | 289649 | 424030 | 483081 | 542158 | +512432 | +182,3 |
| 2. | Себестоимость товарной продукции | 227153 | 219779 | 318483 | 357350 | 405164 | +178011 | +178,4 |
| 3. | Прибыль | 70083 | 69869 | 105546 | 125731 | 136994 | +66911 | +195,5 |

На основании проведенной выше оценки показателей деятельности предприятия ООО «Вираж» за 2010–2014 года можно сделать выводы, что работа предприятия в целом эффективна, поскольку одним из главных финансовых показателей является прибыль, а она растет. Рентабельность также стремится к увеличению. Наблюдается положительная тенденция к изменению основных финансовых показателей: увеличение объема товарной продукции, рост уровня рентабельности, растет показатель фондоотдачи.

Практические задания по кейсу

1. Разработать проект создания нового товара.
2. Определить основных участников проекта и потребителей информации проекта.
3. Разработать организационную структуру управления проектом в соответствии с принципом ее соответствия системе взаимоотношений участников проекта.
4. Составить план управления коммуникациями проекта.
5. Определить коммуникационные технологии, используемые при управлении коммуникациями разработанного проекта.

Вариант 2. Кейс-задача

Широко раскрытые зубы

«Трудно найти детей до трех лет без кариеса», - говорит Светлана Матело. Кариес у детей не только потому, что родители не привыкли чистить едва прорезавшиеся у ребенка зубы, но и потому, что мало кто выпускает пасты для младенцев. Как и Григорий Рысин, Светлана Матело начала с размышлений о детской версии традиционного продукта — идея пасты пришла, еще когда она работала в отделе исследований Colgate-Palmolive. Но тогда же пришла идея пасты для взрослых без фтора (он содержится во многих пастах, хотя взрослым не только не полезен, поможет быть вреден). И еще много пришло идей, но в Colgate-Palmolive нужно было адаптировать к России западные достижения, а не разрабатывать новые товары.

«Голова пухла от замыслов, а реализовывать их никто не давал», — вспоминает Светлана Матело. Замыслы дали реализовывать в компании DRC, которая занималась дистрибуцией американской пасты Rembrandt и хотела использовать опыт российских разработчиков, чтобы расширить бизнес. Светлана Матело стала генеральным директором компании и в 2004 году вывела на рынок премиальную «умную» пасту R.O.C.S. Если драйв «Чайландии» — прежде всего брэдинговая идея, то в основе зубной пасты — научные разработки. Кроме того, R.O.C.S. — не один нишевый продукт, а целая серия, премиальная зубная паста (до 200 руб. в рознице) с широким специализированным ассортиментом. Детский репертуар марки: пасты для детей до трех лет, для детей от четырех до семи и для школьников.

Взрослый репертуар: паста для снятия налета от сигарет и кофе, а также набор экзотических вкусов — грейпфрут и мята, черная смородина, манго и банан и др. Специализированный ассортимент стал главным оружием для вхождения в сети. Линейка профессиональных паст R.O.C.S.

Medical (их рекомендует стоматолог) помогла завоевать расположение врачей. Затем R.O.C.S. появился в аптечных сетях — рынок принимал экзотику на ура.

«Мы сделали ограниченную серию со вкусом шоколада и мяты, а когда хотели вывести из ассортимента, партнеры повисли на руках», — вспоминает Павел Сыркин, руководитель отдела продаж DRC. После освоения аптечных сетей завоевание продуктового ритейла сильно упростилось — продажи через сеть «36,6» оказывались достаточной рекомендацией. За два года оборот производства, размещенного в Домодедове, перерос \$10 млн. Ассортимент уже едва помещается на полку ритейлеров, но в планах компании — расширять его и дальше. На очереди паста для пенсионеров. «Надо, наверное, остановиться, — говорит Светлана Матело. — Но мы не остановимся».

Задание к задаче:

1. Определите факторы успеха продуктовых инноваций.
2. К каким видам продуктовых инноваций относятся перечисленные примеры.

Вариант 3. Кейс-задача

Детский чай

Много ли пользы от MBA, полученного во французской бизнес-школе НЕС, если приходится управлять небольшой чайной фабрикой в Подмосковье? Генеральный директор компании «Императорский чай» Григорий Рысин убежден, что немало. Во Франции нам читали курс о прорывных стратегиях, — вспоминает он.— В мире давно разработано несколько простых приемов для поиска идей новых продуктов. Например, можно попробовать отыскать для обычного товара необычную целевую аудиторию. Когда Григорию Рысину, поработавшему в «Старике Хоттабыче» и «Рамзае», пришлось реорганизовывать фабрику, продававшую байховый чай в нецивилизованной рознице, он просто последовал рекомендациям курса. А в качестве новой аудитории чая выбрал детей, которые хотят употреблять не совсем подходящий взрослый продукт.

Детский чай должен не вредить здоровью ребенка, следовательно, завариваться не крепко и содержать только натуральные добавки (если это ароматизированный напиток). Еще лучше, если детский чай приносит пользу — значит, он обязан быть витаминизированным. Не помешает рекомендация Министерства здравоохранения. Также не лишним будет соответствующее название, яркая упаковка и игрушка внутри, как у шоколадного яйца «Киндер-сюрприз».

Считается, что разработка новых брэндов стоит серьезных инвестиций в технологии и брэндинг. Но на создание марок детского чая фабрика потратила около \$100 тыс., причем все деньги ушли в разработку брэндов — среднеценового «Чайландия» и премиального PlayTea, а вот для создания инновационного продукта даже не пришлось модернизировать производство (оказалось достаточно купить недорогое оборудование). «С помощью

детского чая нам удалось попасть в сети, которые прежде просто не хотели с нами разговаривать, такие как „Перекресток” и „Пятерочка”, — говорит Григорий Рысин. Впрочем, чтобы укрепить отношения с сетевым ритейлом, «Императорскому чаю» пришлось наладить и выпуск частных марок для сетей. Зато благодаря «Чайландии», а также другим нишевым проектам — офисному чаю TeaVgeak и сувенирным чаям — компании удалось снизить долю продаж в неорганизованной рознице — со 100% до 50%.

Потребление чая не растет, крупные игроки съедают мелких, и только такие проекты, как «Чайландия» и PlayTea, позволяют небольшой фабрике смотреть в будущее без судорог. «На нашем рынке задача может быть только одна — стать максимально гибкой компанией, — говорит Григорий Рысин. — Компанией, которая может все». Фабрика развивает успех: недавно она смогла выпустить первый чай для мусульман «Кунак», рекомендованный Союзом муфтиев России.

Задание к задаче:

1. Определите факторы успеха продуктовых инноваций.
2. К каким видам продуктовых инноваций относятся перечисленные примеры.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий уровень сформированности компетенции, верно и в полном объеме показал глубокие исчерпывающие знания всего программного материала по дисциплине, понимание сущности проблемы; дал логически последовательные, содержательные, полные правильные и конкретные ответы на все вопросы.

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он показал средний уровень сформированности компетенции, с незначительными замечаниями показал твердые и достаточно полные знания всего программного материала по дисциплине, правильное понимание сущности проблемы. Дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам.

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он показал низкий уровень сформированности компетенции, на базовом уровне с ошибками показал знание и понимание сущности проблемы; дал правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он показал недостаточный уровень сформированности компетенции, дал неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов, сделал большое количество ошибок в ответе, не понимает сущности излагаемых вопросов; дает неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.