

Рабочая тетрадь для практической работы студентов

**по учебной дисциплине
«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
»**

Пояснительная записка

Рабочая тетрадь по учебной дисциплине «Основы предпринимательской деятельности» предназначена для внеаудиторной самостоятельной работы студентов, обучающихся, составлена в соответствии рабочей программой учебной дисциплины разработанной на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования. Дисциплина входит в общепрофессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы.

В тетради предложены вопросы для самопроверки и размышления, работа над которыми поможет студентам лучше понять и усвоить теоретический материал, задачи, решение которых позволит сформировать умения и навыки анализа по изучаемым темам.

Целью изучения данной дисциплины является формирование общих знаний и аналитических навыков в области основ предпринимательской деятельности.

Организация предпринимательской деятельности сложный процесс, следовательно, основные задачи курса:

- ✓ изучить и проанализировать условия, необходимые для осуществления предпринимательской деятельности;
- ✓ изучить основные функции предпринимательства; виды предпринимательской деятельности;
- ✓ изучить организационно-правовые формы предпринимательской деятельности;
- ✓ формирования умений по вопросам сегментации рынка, изучения потребительского спроса;
- ✓ развитие навыков и умений конкретной управленческой работы, овладение новыми методами принятия решений;
- ✓ формирование навыков работы с персоналом и командной работы;
- ✓ формирование умений работы в программе Microsoft Publisher;
- ✓ формирование навыков генерирования бизнес идей и их разработку через презентацию.

Рабочая тетрадь содержит пояснительную записку, контрольные вопросы, практические работы, тестовые задания, приложение, список литературы.

Тема 1. Основные функции предпринимательства

1. Как вы думаете, от чего зависит успех предпринимателя, если:

«Предпринимательская деятельность (предпринимательство) представляет собой инициативную самостоятельную деятельность лиц, зарегистрированных в установленном порядке, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, осуществляемую ими на свой риск и под имущественную ответственность.

2. Объясните функции предпринимательства, если

В рыночной экономике предпринимательская деятельность выполняют ряд функций: **ресурсная, общеэкономическая, инновационная, социальная, и организаторская.**

Функция	Проявление функции
Ресурсная	
Общеэкономическая	
Инновационная	
Социальная	
Организаторская	

3. Перечислите документы, представляемые для регистрации предпринимательской деятельности.

Документ 1	Документ 2	Документ 3

4. Составьте глоссарий.

Термин	Определение
Государственная регистрация	
Лицензия	
Сертификация	

Тема 2. «Виды предпринимательской деятельности»

1. Приведите примеры предприятий, функционирующих в вашем городе по следующим направлениям предпринимательской деятельности:

производственное _____
 коммерческое _____
 финансовое _____
 посредническое _____
 консультативное
 (консалтинговое) _____

2. Заполните таблицу:

Сфера предпринимательской деятельности	Основные функции предпринимателя	Особенность производимого товара (услуги)	В чем сложность организации бизнеса
<i>Производственное</i>			
<i>Коммерческое</i>			
<i>Финансовое</i>			
<i>Посредническое</i>			
<i>Консультативное (консалтинговое)</i>			

3. Заполните таблицу, приведите пример на каждый вид предпринимательской деятельности и объясните способ получения дохода от предпринимательства.

№	Вид предпринимательской деятельности	Пример организации	Способ извлечения дохода
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

Тема 3. «Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности»

1. Заполните таблицу.

Признаки	ИП	Товарищество	Акционерное общество	Государственное предприятие
Кто владелец?				
Кто несет юридическую ответственность?				
Источник капитала?				
Как распределяется прибыль?				
Кто управляет?				

2. Как Вы думаете, в какой степени цель предпринимателя заключается в максимизации прибыли? Всегда ли он должен стремиться к максимизации прибыли, а не, например, к улучшению социальных условий, спонсированию искусства или политических кампаний? Приведите примеры.

3. Составить глоссарий.

Термин	Определение
Продукт производства	
Услуга	
Посредник	
Ценные бумаги	
Кредит	
Страховка	

Тема 4. «Достоинства и недостатки малого и среднего бизнеса»

1. Ответьте на вопросы: По каким критериям коммерческие организации относятся к субъектам малого и среднего предпринимательства? Каковы основные цели государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства?

2. Заполните таблицу: Средний и малый бизнес: проблемы и решения

Проблемы, решаемые при развитии малого и среднего	Проблемы, тормозящие развитие малого и среднего бизнеса

3. На основе положений, регулирующих предпринимательскую деятельность, проведите сравнительный анализ деятельности индивидуального предпринимателя и юридического лица и заполните таблицу.

Форма предпринимательской деятельности	Права	Обязанности	Мера ответственности
Индивидуальный предприниматель			
Юридическое лицо			

Тема 5. «Имидж предпринимателя»

1. Как вы считаете, что должна содержать формулировка – имидж предпринимателя?

2.Поясните, как Вы понимаете качества личности предпринимателя?

Составляющие имиджа предпринимателя	Пояснения о реализации составляющих имиджа
Профессионализм	
Лидерские качества	
Высокий интеллект	
Личное обаяние	
Культура общения	
Нравственные качества	
Целеустремленность	
Ответственность	
Стрессоустойчивость	
Креативность	
Умение работать в команде	
Честолюбие	

3.Составьте глоссарий.

Термин	Определение
Имидж	
Репутация	
Бренд	
Коммуникативность	
Престиж	
Мобильность	

Тема 6. «Товар как экономическое понятие»

1.Выполните практическую работу.

Практическая работа

Тема: «Товар как объект коммерческой деятельности».

Цель работы: изучить методические указания, научить учащихся классифицировать товары.

МТО: методические указания, список товаров.

Содержание работы:

- 1.Изучить методические указания.
- 2.Классифицировать товары.

Методические указания.

Товар — все, что может служить для удовлетворения потребности и предлагается рынку для приобретения и использования.

Для изучения, прогнозирования и удовлетворения спроса потребителей используются различные классификации товаров.

В зависимости **от назначения** все товары делятся на две группы:

- *товары производственного (промышленного) назначения* - товары, приобретаемые предприятиями и организациями для дальнейшего использования в производственном процессе;
- *товары народного потребления (потребительские товары)* - товары, приобретаемые и используемые для удовлетворения собственных потребностей.

Товары народного потребления подразделяют на *продовольственные* (продукты питания) и *непродовольственные*.

По длительности потребления потребительские товары делятся на:

- *товары длительного пользования* - товары, которые используются в течение длительного времени и выдерживают многократное использование.
- *товары среднетерминального пользования* — товары, потребляемые в течение от нескольких месяцев до 2-3 лет;
- *товары кратковременного пользования* - товары, полностью потребляемые за один или несколько циклов использования.

Удобным методом классификации товаров народного потребления является их разделение на основе покупательских привычек потребителей, при этом выделяют:

1.товары повседневного спроса — товары, которые приобретаются часто, без раздумий и с минимальными усилиями ни их сравнение между собой; товары повседневного спроса дополнительно подразделяются на:

- *основные товары постоянного спроса* — товары, которые люди покупают регулярно в составе обычной покупки;
- *товары импульсивной покупки* - товары, приобретаемые без предварительного планирования и поисков, под влиянием импульса;
- *товары для экстренных случаев* — товары, приобретаемые при возникновении в них острой нужды.

2.товары предварительного выбора - товары, перед приобретением которых потребитель обычно размышляет, сравнивает их между собой, ориентируется на цену, потребительские свойства, качество; эти товары делятся на:

- *схожие товары*, у которых визуальные элементы отличия незначительны;
- *несхожие товары*, у которых визуальные элементы отличия существенны и важны для покупателя;

3.товары особого спроса — товары с уникальными характеристиками, имеющими высокую ценность для потребителя, ради которых он готов затратить дополнительные усилия и деньги.

4.товары пассивного спроса — товары, о которых покупатель не знает или о приобретении которых не задумывается.

Кроме того, в зависимости **от источников поступления** на рынок **все товары** разделяют на:

- *товары отечественного производства* — товары, произведенные внутри страны;
- *импортные товары*.

Товары также классифицируются **по степени новизны**, при этом выделяются:

- *принципиально новые товары* — новинки, не имеющие аналогов среди выпускаемой продукции;
- *новые товары* — товары, имеющие существенное усовершенствование по отношению к существующим аналогам;

- *товары рыночной новизны* — товары, новые для данного рынка;
- *товары, новые для производителя* — товары, не производимые ранее конкретным производителем, но выпускаемые другими фирмами.

Все товары можно разделить по **наличию зарегистрированной марки**на:

- *марочные товары* — имеют марочное наименование, могут иметь логотип, слоган;
- *немарочные товары* — не имеют марочного наименования.

Товары производственного назначения классифицируются в зависимости от характера товаров и способа их применения, при этом выделяют:

1.основные материалы и комплектующие — товары, которые полностью потребляются за один или несколько производственных циклов и полностью переносят свою стоимость на готовый продукт; к ним относят:

- *сырье* — природные продукты, добываемые из недр;
- *материалы и полуфабрикаты* — материальные компоненты, требующие дальнейшей доработки;
- *комплектующие узлы и детали* — готовые изделия, которые входят в состав конечного продукта;
- *энергию и энергоносители.*

2.капитальное имущество — товары, которые в процессе производства сохраняют вещественную форму, используются во многих производственных циклах и постепенно переносят свою стоимость на готовый продукт; включают:

- *здания и сооружения;*
- *машины и оборудование;*
- *транспортные средства;*
- *производственный и хозяйственный инвентарь.*

3.вспомогательные материалы — объекты, не присутствующие в готовой продукции, но необходимые для обеспечения производственного процесса и организации управления им.

Задание:*составить классификацию товаров, в соответствии с приведенным списком.*

Список товаров:

Вариант 1: молоко, лейкопластырь, блуза, телевизор, зубная паста, запчасти к машине, сотовый телефон, бензин, автобус, офисная бумага, квартира.

Вариант2: картофель, дубленка, шампунь, газета, жевательная резинка, ватные диски, страховой полис, цемент, пластиковые окна, компьютер, мебель.

Таблица 1

Наименование товара	Классификация товара		Подробная классификация
	<i>товары производственного (промышленного) назначения</i>	<i>товары народного потребления</i>	

Тема 7. «Сегментация рынка»

Сегментация рынка — разбивка **рынка** на участки (сегменты) по различным признакам.

Метод сегментации заключается в определении на рынке групп покупателей, имеющих аналогичные покупательские потребности и характеристики.

Критерии сегментации

Таблица 1

Критерии	Характеристики
Психографические критерии:	• принадлежность к

психологический или социологический состав покупателей	• социальному классу • личностные факторы • образ жизни • поведенческие принципы • повод • искомые выгоды • статус пользователя
Демографические критерии: характеристики, которые могут быть обнаружены при анализе статистических данных, полученных при переписи населения	• возраст • пол • этап жизненного цикла семьи • размер семьи • тип дома • уровень образования • культурное происхождение • доход • род занятий • религиозные убеждения • раса • национальность
Географические критерии: где покупатель живёт, работает и делает покупки	• страна • юридические ограничения • уровень инфляции • регион • расположение района • транспортная сеть региона • структура коммерческой деятельности региона • доступность средств массовой информации • уровень конкуренции • динамика развития региона • размер региона • численность • плотность населения

1. Составьте таблицу на примере 2-3 видов продукта (товара)

Таблица 2

№	Наименование продукта (товара)	Принципы сегментации
1	<i>НАПРИМЕР:</i> <i>Спортивная обувь</i>	

3. Составьте анкету по маркетинговому исследованию рынка.

Таблица 3

№	Вопрос	Ответ (да\нет)

4. Заполните таблицу, охарактеризовав один из выбранных продуктов (товаров).

Сильные и слабые стороны товара

Таблица 4

№	Постановка вопроса при изучении сильных и слабых сторон товара	Сильные стороны продукции	Слабые стороны продукции
1	Можете ли вы определить тот сегмент рынка, на который ориентирована ваша продукция?		
2	Изучены ли вами запросы ваших клиентов?		
3	Какие преимущества представляет ваша продукция (услуга) клиентам?		
4	Можете ли вы эффективно довести свою продукцию (услугу) до тех потребителей, на которых она ориентирована?		
5	Может ли ваша продукция (услуги) успешно конкурировать с продукцией (услугами) других производителей в отношении: -качества, надежности, эксплуатационных и др. характеристик? -цены? -стимулирования спроса? -места распространения?		
6	Понимаете ли вы, на какой стадии «жизненного цикла» находится ваша продукция (услуга)?		
7	Есть ли у вас идеи относительно новых видов продукции?		
8	Обладаете ли вы сбалансированным ассортиментом продукции (услуг) с точки зрения ее существенного разнообразия и степени морального старения?		
9	Проводите ли вы регулярно модификацию вашей		

	продукции в соответствии с запросами клиентов?		
10	Проводите ли вы политику создания новой продукции?		
11	Возможно ли копирование вашей продукции (услуг) конкурентами?		
12	Имеют ли ваши производственные идеи адекватную защиту торговой и фабричной маркой, патентами?		
13	Отслеживаете ли вы жалобы покупателей?		
14	Уменьшается ли количество жалоб и нареканий со стороны покупателей?		

5. Составьте глоссарий.

Термин	Определение
Анкетирование	
Целевой рынок	
Позиционирование товара	

Тема 7. «Спрос. Факторы формирования спроса»

1. Выполните практическую работу

Практическая работа

Тема: «Виды покупательского спроса, его изучение».

Цель работы: изучить методические указания, научить учащихся различать виды покупательского спроса.

МТО: методические указания.

Содержание работы:

1. Изучить методические указания.
2. Выполнить задание, сравнив виды покупательского спроса.

Методические указания.

Спрос - потребность населения в товарах, выраженная в денежной форме и обеспеченная платежными средствами.

Спрос формируется через ассортимент произведенных товаров и через цены, установленные на них, т.е. На спрос оказывает влияние предложение. В тоже время спрос определяет объем и структуру товарного предложения, поскольку производителю будет

сложно или невозможно реализовать товары, которые по тем или иным причинам не устраивают потребителя.

В основе коммерческой работы предприятий и оптовой и розничной торговли лежит изучение различных видов покупательского спроса.

Как правило, анализ данных о спросе населения ведется на предприятиях оптовой торговли, в крупных магазинах. Сбор материалов для изучения спроса осуществляется на предприятиях розничной торговли.

При изучении спроса учитываются три его вида:

- **реализованный**
- **неудовлетворенный**
- **формирующийся.**

Учет реализованного спроса проводят для выявления фактического удовлетворения спроса населения на отдельные товары.

Одной из форм проявления реализованного спроса является показатель розничного товарооборота. Анализ его структуры помогает выявить предпочтения покупателей в отношении тех или иных товаров.

С этой целью используют материалы инвентаризаций, оперативных данных о запасах и реализации товаров и т.д. Кроме того, применение современных контрольно-кассовых машин и систем штрихового кодирования товаров позволяет вести ежедневную регистрацию продажи товаров, учитывая при этом не только их наименования, но и целый ряд их характеристик.

Учет неудовлетворенного спроса на предприятиях розничной торговли проводится различными способами. Например, в магазинах могут вестись специальные книги, куда заносятся заявки покупателей на товары, отсутствующие в продаже.

При поступлении этих товаров покупателей извещают по телефону или с помощью почтовых открыток.

Кроме этого на предприятиях розничной торговли возможно проведение анкетных опросов покупателей. Могут помочь и беседы, проводимые продавцами в процессе обслуживания покупателей.

Изучение формирующегося спроса на товары-новинки позволяют розничным торговым предприятиям выявить отношение к ним покупателей и более точно определить потребность в этих товарах.

С этой целью в магазинах проводятся выставки-продажи, на которых покупатели знакомятся со свойствами представленных товаров, получают консультации по их применению, участвуют в дегустациях и т.п.

Задание: Проанализировать виды спроса и на примерах объяснить способы изучения.

Вариант 1: реализованный и неудовлетворенный.

Вариант 2: неудовлетворенный и формирующийся.

Пример выполнения работы:

<i>Вид спроса</i>	<i>Спрос 1</i>	<i>Спрос 2</i>
Способ учета спроса		
Меры стимулирования		

спроса		
Примеры		

2. Составьте глоссарий.

Термин	Определение
Стимулирование спроса	
Предложение товара	
Закон спроса	
Закон предложения	

Тема 9. «Содержание и виды конкуренции»

1. Заполните таблицу: **Факторы, влияющие на эффективность предпринимательской деятельности**

Таблица 1

Факторы повышения эффективности предпринимательских решений	
Название фактора	Пример
Внутренние факторы	
Материально-технические	
Организационно-управленческие	
Экономические факторы	

Социальные факторы	
Внешние факторы	
Рыночно - конъюнктурные факторы	
Хозяйственно-правовые административные факторы	и

2. Ответьте на вопросы теста:

«Верно-неверно»

А) Конкуренция выгодна только потребителям, а производителям она не нужна.

Ответ _____

Б) В рекламе не нуждается только монополист.

Ответ _____

Выберите единственный верный ответ:

А) На рынке мобильных телефонов господствуют несколько крупных корпораций. В этой отрасли конкуренция:

1. Отсутствует
2. Носит только ценовой характер
3. Ведет к неэффективному производству
4. Не является ценовой, а ведется вокруг потребительских свойств мобильных телефонов

Ответ _____

Б) Какая отрасль относится к коммунальным услугам:

1. Газоснабжение
2. Парфюмерия
3. Маршрутное такси
4. Цветочные киоски

Ответ _____

В) Какое из перечисленных ниже свойств отсутствует на рынке совершенной конкуренции?

1. однородность продукции;
2. мобильность ресурсов;
3. реклама;

4. большое число покупателей.

Ответ _____

Г) Естественные монополии разрешены, потому что

1. Государство не в состоянии контролировать их деятельность
2. Конкуренция может повредить общественным интересам
3. Предприятия получают помощь от государства
4. Предприятия имеют исключительно крупные размеры

Ответ _____

Д) Какая фирма имеет больше свободы при установлении цен?

1. Единственный производитель товара, для которого нет заменителей
2. Одна из 100 фирм данной отрасли
3. Одна из трех компаний отрасли
4. Единственный производитель товара, для которого есть множество заменителей

Ответ _____

Е) Мера государственной политики, которая не может привести к увеличению продаж фирмы-монополиста

1. установление максимальной цены на продукт фирмы
2. акцизный налог на продукцию фирмы
3. снижение налога за пользование землей
4. верно все вышеперечисленное.

Ответ _____

3. Составьте глоссарий.

Термин	Определение
Конкуренция	
Монополия	
Объем продаж	
Цена товара	
Себестоимость продукта	

Тема 10. «Менеджмент в предпринимательской деятельности»

1. Выполните практическую работу

Практическая работа

Тема: «Решение коммерческой задачи».

Цель работы: научить учащихся решать коммерческую задачу посредством Интернет.

МТО: методические указания.

Содержание работы:

1. Изучить методические указания.
2. Разработать предложения по решению коммерческой задачи.

Методические указания.

Менеджмент – это самостоятельный вид профессионально осуществляемой деятельности, направленной на достижение фирмой, действующей в рыночных условиях хозяйствования, намеченных целей путем рационального использования материальных и трудовых ресурсов. Любая ситуация, возникающая в процессе управления, является задачей для руководителя – менеджера – и требует от него принятия решений, в частности в отношении изменения целей и программы действий.

ЗАДАНИЕ:

1. Определиться с выбором товара (услуги).
2. Посредством Интернет подобрать 4-5 предприятий производителей (поставщиков).
3. В табличной форме сравнить показатели их деятельности.
4. Выбрать лучшего производителя (поставщика).
5. Обосновать выбор в выводе.

Пример параметров для сравнения:

- наименование
- контакты
- место расположения
- ассортимент
- цены
- качество
- дополнительные услуги (гарантийное обслуживание и т. п.)
- имидж (период работы на рынке и т. п.)
- другие показатели

Таблица 1

Наименование товара, услуги	Наименование предприятия	Контакты	Место расположения	Ассортимент	Цена	Качество	Дополнительные услуги	Имидж	Другие...

2. Составьте глоссарий

Термин	Определение
Менеджмент	
Стиль управления	
Управленческое решение	
Структурное подразделение	

Тема 11. «Предпринимательские риски»

1. Выполните практическую работу.

Практическая работа

Тема: «Коммерческие риски. Основные способы снижения рисков»

Цель работы: изучить коммерческие риски и способы их снижения.

МТО: методические указания.

Содержание работы:

1. Изучить методические указания.
2. Составить план мероприятий по снижению коммерческих рисков.

Методические указания.

Под **риском** понимается возможность понести потери в результате осуществления коммерческой деятельности. РИСК выражается в вероятности возникновения убытков, неполучения или недополучения прибыли вследствие тех или иных причин. Риск является неизбежной частью коммерческой деятельности.

По характеру различают следующие виды рисков:

- *технические риски* - связаны с возможными сбоями в работе оборудования, поломками и авариями, которые могут привести к повреждению или гибели имущества;
- *экономические риски* — обусловлены колебаниями рыночной конъюнктуры, цен, валютных курсов;
- *политические риски* — возникают вследствие неблагоприятных социально-политических изменений, ужесточения законодательства и т. п.;
- *организационные риски* — связаны с неопределенностью поведения участников сделки, возможностью срыва договорных обязательств, задержками сроков поставки и т. п.;
- *природные риски* — связаны с возможностью пожаров, землетрясений и др.
- *предпринимательские риски* — возникают в связи с конкретным бизнесом и образуются в результате недостаточного спроса на товар или невозможность преуспеть в конкурентной борьбе;
- *управленческие риски* — связаны с возможными управленческими ошибками, принятием неадекватных коммерческих решений.

Для успешной работы в условиях коммерческого риска необходимо уметь предупреждать его негативные последствия, т. е. осуществлять *управление риском*, или *риск-менеджмент*. Процесс управления риском включает:

- ✓ **выявление возможных рисков;**
- ✓ **анализ риска;**
- ✓ **разработку методов реагирования на риск;**
- ✓ **контроль ситуации.**

Основными способами снижения риска являются:

- *принятие превентивных мер по предупреждению рисков* (установка охранной сигнализации и т. п.);
- *поиск надежных партнеров*, улучшение договорной работы и т. п.;
- *создание резерва* средств на непредвиденные расходы;
- *корректировка планов* с учетом возможности наступления неблагоприятных обстоятельств;
- *поиск дополнительной информации;*
- *распределение рисков* между участниками сделки;
- *использование различных видов страхования;*
- *хеджирование* (страхование риска от неблагоприятных изменений цен по коммерческим операциям);
- *диверсификация деятельности предприятия.*

Задание:

1. Кратко описать вид деятельности предприятия (фирмы) — направление деятельности, вид выпускаемой продукции производственные площади, наличие оборудования и т. п.
2. Перечислите возможные виды рисков данного предприятия.
3. Составьте план мероприятий по снижению коммерческих рисков (в соответствии с

таблицей 1).

Таблица 1

План мероприятий по снижению рисков _____ (предприятия).

<i>Наименование мероприятия</i>	<i>Ожидаемый результат от мероприятия</i>

2. Составьте глоссарий

Термин	Определение
Доход	
Чистая прибыль	
Хеджирование	
Резерв средств предприятия	
Коммерческий партнер	
Коммерческая информация	

Тема 12. «Собеседование при приеме на работу»

1. Опишите цель проведения собеседования предпринимателем

2. Составьте рекомендации для кандидатов для успешного прохождения собеседования.

Таблица 1

№	Рекомендация

3. Составьте резюме

Шаблон резюме

... (ФИО)

Дата рождения: (число/месяц/год)

Адрес проживания: ... (город, улица, дом, квартира)

Телефон: моб. ..., дом. ...

e-mail: ...

Фото

Цель: получение работы ... (указываете должность, на которую претендуете)

Ожидаемый уровень заработной платы(указываете по желанию): от \$...

Профессиональная деятельность:

... (сфера деятельности):

- ... (достижение);

- ... (достижение);

... (сфера деятельности):

- ... (достижение);

- ... (достижение);

Опыт работы:

... (месяц, год) – ... (месяц, год) - ... (указываете должность), ... (наименование компании), ... (сфера деятельности компании), ... (город месторасположения компании)

... (месяц, год) – ... (месяц, год) - ... (указываете должность), ... (наименование компании), ... (сфера деятельности компании), ... (город месторасположения компании)

Образование:

... (полное название учебного заведения, факультет, специальность)

... (присвоенная квалификация - указываете по желанию)

... (награды)

Дополнительное образование:

... (месяц/год начала – месяц/год окончания)

... (название курсов, семинаров, тренингов, стажировок)

Профессиональные навыки:

... (степень владения ПК: новичок, опытный пользователь, системный; программы, с которыми работали)

... (знание иностранных языков: название языка, уровень знания)

Личные качества: ... (5-10 штук)

Дополнительная информация(указывается по мере необходимости):

- ... (семейное положение, наличие детей);
- ... (наличие водительского удостоверения, собственного автомобиля);
- ... (готовность к командировкам);
- ... (наличие загранпаспорта);
- ... (готовность к ненормированному рабочему дню);
- ... (отношение к переезду в другой город);
- ... (наличие вредных привычек - лучше указывать, если они отсутствуют: вредных привычек не имею);
- ... (хобби);
- ... (наличие рекомендаций).

4. Составьте глоссарий.

Термин	Определение
Собеседование	
Переговоры	
Тестирование	
Пробная работа	
Работодатель	

Тема 13. «Конфликты. Стили разрешения конфликтов»

1. Ответьте на вопросы теста:

1) Конфликтная ситуация - это

1. Стечение обстоятельств, являющихся поводом для конфликта
2. Накопившиеся противоречия, содержащие истинную причину конфликта
3. Столкновение равных по силе, но противоположных по направлению интересов, мотивов поведения и др.

2) Инцидент – это

1. Накопившиеся противоречия, содержащие истинную причину конфликта.
2. Внешнее согласие с мнением группы при внутреннем несогласии.
3. Стечение обстоятельств, являющихся поводом для конфликта.

3) Определите название стиля поведения в конфликте, при котором в первую очередь партнеры удовлетворяют собственные интересы в ущерб интересам другим.

1. уклонение;
2. конкуренция;
3. приспособление;
4. сотрудничество;
5. эгоизм.

4) Определите название стиля поведения в конфликте, при котором один из участников конфликта приносит в жертву собственные интересы ради другого.

1. альтруизм;
2. компромисс;
3. уклонение;
4. сотрудничество;
5. приспособление.

5) Определите название стиля поведения в конфликте, при котором участники конфликта приходят к альтернативе, полностью удовлетворяющей интересы обеих сторон.

1. перемирие;
2. уклонение;
3. конкуренция;
4. компромисс;
5. сотрудничество.

6) Назовите стиль поведения в конфликте, при котором соглашение между участниками конфликта достигается путем взаимных уступок.

1. сотрудничество;
2. компромисс;
3. приспособление;
4. конкуренция.

7) К какому виду относится конфликт, который характеризуется тем, что в нем сталкиваются две личности, в основе его лежат объективные противоречия и он способствует развитию соответствующей социальной системы?

1. межличностному бурному и быстротекущему;
2. деструктивному;

Тема14. «Генерирование идей бизнес проектирования»

1.Выполните практическое задание

- 1)в течение 5 минут каждый студент самостоятельно записывает по 10 примеров своих увлечений;
- 2)в следующие 5 минут ручкой другого цвета записывают варианты преобразования интереса в способ заработать деньги, через реализацию увлечения в бизнес;
- 3) студенты обмениваются конспектами с соседом по парте, который в течении 5 минут предлагает свои идеи извлечения дохода из увлечения;
- 4) обмен конспектами можно повторить сколько угодно раз;
- 5) студент анализирует все предложения и делает выбор –бизнес идеи из предложенных вариантов;
- 6) анализирует все положительные стороны бизнес-идеи и возможные проблемы её реализации.

2. Заполните таблицу.

Формулировка бизнес-идеи	Положительные стороны	Проблемы

3.Составьте глоссарий

Термин	Определение
Хобби	
Бизнес	
Предпринимательский доход	
Спрос	
Предложение	
Целевая аудитория	
Бизнес-план	
Предпринимательская проблема	
Конкурентные преимущества	

Тема15. «Разработка и презентация бизнес идеи»

ЦЕЛЬ разработки: Кратко изложить сущность, предлагаемой бизнес идеи.

1.Выполните разработку в программе MicrosoftPowerPoint

Структура бизнес-идеи:

СЛАЙД 1	Титульный лист: -наименование бизнес – идеи -автор -номер группы -логотип виртуальной фирмы
СЛАЙД 2	Цель проекта: -получение банковского кредита. - получение инвестиций. - создание стратегических союзов. - получение большого контракта.
СЛАЙД 3	Наименование продукта (услуги): -функции -назначение продукта (услуги) -фото
СЛАЙД 4	Преимущества перед аналогичными продуктами (услугами конкурентов): - профессиональная команда - быстрые сроки доставки - индивидуальный подход к клиенту - система скидок - высокий уровень обслуживания и др. -фото
СЛАЙД 5	Потребность в ресурсах для реализации бизнес идеи: - здание - оборудование - мебель - сырье и материалы - трудовые ресурсы - финансы -фото
СЛАЙД 6	Целевой потребитель продукта: <i>Целевая аудитория — группа людей, объединенная товаром и (или) услугой — покупатели, потребители, потенциальные потребители и лица, способные оказать влияние на решение о покупке.</i> - возраст - пол - доход -географическое местоположение -фото
	Предлагаемая система продаж: <i>Кто те клиенты, которые будут давать вам основную прибыль? Где их искать? Почему они купят именно у вас? Как им продавать?</i>

СЛАЙД 7	Виды рекламы: -Реклама в средствах массовой информации; - Наружная реклама(билборды, итендеры,вывески магазинов); -Реклама на транспорте; -Реклама на местах продаж (вывески, витрины, фирменные ценники, манекены и т.д.); - Печатная реклама: проспекты;каталоги продукции;плакаты;листовки;открытки;календари;планшеты;брошюры;визитные карточки; -Прямая реклама:реклама по почте (directmail); рекламные материалы, вручаемые лично, информационные письма; реклама по телефону; реклама по принципу "в каждую дверь"; раздаваемые бесплатно рекламные газеты, листовки, сувениры - Реклама в интернете -фото
СЛАЙД 8	Возможные риски: - технические -экономические -политические -управленческие -коммерческие -экологические -природные - т.д. -фото

2. Презентуйте бизнес - идею.

Подготовить доклад с кратким изложением цели и основных пунктов презентации из расчета на 4-5 минут. Быть готовым к ответам на вопросы по существу излагаемого материала.

Методические рекомендации при выполнении заданий в рабочей тетради:

Ответ на поставленные вопросы (с аргументацией)

- ✓ Прочитайте вопрос и вникните в него.
- ✓ Для удобства подчеркните ту фразу, которая, по вашему мнению, является главной. Это поможет вам быстрее ориентироваться при ответе на вопрос.
- ✓ Если вы считаете, что можете ответить на вопрос без помощи лекции и дополнительной литературы – приступайте. Если же вопрос заставляет вас сомневаться, откройте лекционную тетрадь (учебник или дополнительную литературу), прочитайте необходимый пункт, вникните в содержание и после этого приступайте за работу.
- ✓ Главное! Не переписывайте отрывки лекции в рабочую тетрадь! Четко отвечайте на поставленный вопрос.
- ✓ Не забудьте привести аргументацию (обоснование) вашей позиции, если вопрос предполагает личностное отношение к проблеме.

Критерии оценки:

- содержательность ответа;
- точная передача основных положений первоисточника;
- грамотность изложения;
- ясность, лаконичность изложения мыслей студента;
- работа сдана в срок.

Заполнение схем и таблиц

- ✓ Прочитайте название таблицы и схемы.
- ✓ Исходя из названия, вы поймете цель предстоящей работы.
- ✓ Воспользуйтесь материалами лекций или другими источниками, чтобы заполнить таблицу (схему).
- ✓ Особое внимание обращайте на четкость при отборе материала: делайте записи кратко и четко.

Критерии оценки:

- соответствие содержания теме;
- правильная структурированность информации.
- наличие логической связи изложенной информации;
- аккуратность выполнения работы;
- творческий подход к выполнению задания;
- работа сдана в срок.

Составление глоссария:

- ✓ Стремитесь к максимальной точности и достоверности информации.
- ✓ Старайтесь указывать корректные научные термины и избегать всякого рода жаргонизмов. В случае употребления такового, давайте ему краткое и понятное пояснение.
- ✓ Излагая несколько точек зрения в статье по поводу спорного вопроса, не принимайте ни одну из указанных позиций. Глоссария - это всего лишь констатация имеющихся фактов.
- ✓ Также не забывайте приводить в пример контекст, в котором может употребляться данный термин.

- ✓ При желании в глоссарий можно включить не только отдельные слова и термины, но и целые фразы.
- ✓ Глоссарий составляется по каждой теме урока.

Критерии оценки:

- соответствие терминов теме;
- многоаспектность интерпретации терминов и конкретизация их трактовки в соответствии со спецификой изучения дисциплины;
- соответствие оформления требованиям;
- работа сдана в срок.

Список литературы

Основная:

1. Акмаева, Р.И. Экономика организаций (предприятий): Учебное пособие / Р.И. Акмаева, Н.Ш. Елифанова. - Рн/Д: Феникс, 2009. - 494 с.
2. Просветов Г. И. Конкуренция. Задачи и решения; Альфа-Пресс - , 2009. - 293 с
3. Сетков В.И. Менеджмент: учебное пособие/ - М.: КНОРУС, 2012. – 152с.
4. Федорова Е. А., Шелопаев Ф. М., Ермоленко А. И. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски; КноРус - Москва, 2010. - 287 с.
5. Философова Т. Г., Быков В. А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность; Юнити-Дана - Москва, 2008. - 296 с.
6. Тихонова О.А. УМП для студентов Основы предпринимательской деятельности; Томск, 2015. – 67с.

Дополнительная

1. Джеймс М. Лэйхифф, Джон М. Пенроуз Бизнес-коммуникации: Учебник / СПб: Питер, 2010. – 688с.
2. Огарков А.А. Управление организацией: Учебник. – М.: Эксмо, 2009.
3. Поршнев А.Г. Управление организацией: Учебник / Поршнев А.Г., Румянцева З.П., Саломатин Н.А. – М.: ИНФРА-М, 2008

Электронные источники информации:

e-college.ru/xbooks/xbook067/book/index/