

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Экономический факультет
Кафедра «Торговое дело»

УТВЕРЖДАЮ:
Декан Экономического факультета


(подпись) Е.С. Тхор
« 21 » апреля 2023 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ФРАНЧАЙЗИНГ»

По направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
Профиль подготовки: «Коммерческая деятельность»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Франчайзинг» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело – 27 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Франчайзинг» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (утверждённый приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26.11.2020 г. № 963, зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2020 г. № 59428).

СОСТАВИТЕЛИ:

д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

старший преподаватель Ретивцев И.В.

старший преподаватель Колесниченко Ю.Н.



Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Торговое дело» «28» март 2023 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой

«Торговое дело»



д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

Переутверждена: «__» _____ 2023 г., протокол № _____

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: «__» _____ 2023 г., протокол № _____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии Экономического факультета «21» апреле 2023 г., протокол № 4.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического факультета



Шаповалова Е.Н.

© Болдырев К.А., 2023 год
© Ретивцев И.В., 2023 год
© Колесниченко Ю.Н., 2023 год
© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, её место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины заключается в формировании у обучающихся систематизированных знаний относительно теоретических понятий франчайзинга и практических навыков по организации и обеспечению деятельности франчайзи и франчайзеров.

Задачами данного курса является получение обучающимися:

знаний о подходах регулирования франчайзинга на основе мирового и отечественного опыта;

знаний о базовых подходах в части содержания и особенностей деятельности франчайзи и франчайзеров;

умений организации и практического обеспечения деятельности франчайзи и франчайзеров;

навыков по оцениванию актуальных проблем франчайзинговой деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Франчайзинг» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 дисциплин подготовки.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются базовые знания макро- и микроэкономики, а также базовые умения и навыки проведения экономического анализа и оценивания эффективности функционирования коммерческих структур, в том числе в части организации общего управления и организации коммерческой деятельности.

Содержание дисциплины основывается на материалах изученных ранее дисциплин, в том числе: «Коммерческая деятельность», «Правоведение», «Бизнес-планирование коммерческой деятельности», «Международная торговля», «Брендинг».

Целесообразным представляется параллельное изучение с данным курсом таких дисциплин, как: «Организация, технология и проектирование коммерческих предприятий», «Коммерция услуг».

Курс «Франчайзинг» является необходимым для освоения универсальных и профессиональных компетенций по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», а также необходимым для самостоятельной исследовательской деятельности обучающегося и для написания выпускной квалификационной работы.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-5. Способен осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	ПК-5.4. Подготавливает рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)	знать: о подходах регулирования франчайзинга на основе мирового и отечественного опыта; о базовых подходах в части содержания и особенностей деятельности франчайзи и франчайзеров уметь: организовывать и практически обеспечивать деятельность франчайзи и франчайзеров владеть: навыками по оцениванию актуальных проблем франчайзинговой деятельности

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объём учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объём часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	144 ч. (4 зач. ед.)	144 ч. (4 зач. ед.)	144 ч. (4 зач. ед.)
Обязательная контактная работа (всего), в том числе:	48	32	14
Лекции	24	16	6
Семинарские занятия	-	-	-
Практические занятия	24	16	8
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчётно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	96	112	130
Форма аттестации	экзамен	экзамен	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность франчайзинга. Понятие франчайзинга. Формы франчайзинга по виду деятельности. Классификация франчайзинга. История формирования франчайзинга. Преимущества франчайзинга. Недостатки франчайзинга. Современные примеры франчайзинга.

Тема 2. Место франчайзинга среди существующих способов масштабирования предприятия. Подготовка выбора эффективного способа масштабирования предприятия. Основные способы масштабирования предприятия. Особенности масштабирования предприятия.

Тема 3. Теоретические аспекты интеграционных механизмов на основе франчайзинга. Понятие франчайзинга в мировой практике. Принципы формирования франчайзинговых систем. Характеристика инфраструктуры франчайзинговых отношений.

Тема 4. Правовое регулирование франчайзинговых отношений за рубежом. Правовое регулирование франчайзинговых отношений в США и странах Западной Европы. Правовое регулирование франчайзинга в странах СНГ.

Тема 5. Финансовые условия сотрудничества франчайзера и франчайзи. Принцип индивидуальной и групповой рациональности. Условия оплаты паушального платежа и роялти. Платежи за дополнительные услуги франчайзера.

Тема 6. Классификация интеграционных схем ведения бизнеса на основе франчайзинга. Типология товара как предмета договора франчайзинга. Типизация участников, объединённых во франчайзинговую систему. Модели построения франчайзинговых систем. Стадии развития франчайзинговых систем. Классификация франшиз в розничной торговле.

Тема 7. Тенденции и барьеры, препятствующие развитию франчайзинга в малом бизнесе в России. Статистика и предпосылки развития франчайзинговых отношений в РФ. Главные барьеры, препятствующие развитию франчайзинга в малом бизнесе в РФ. Общие риски при масштабировании бизнеса. Категории рисков, которые учитывают при анализе чувствительности проекта к рискам. Специфические риски для франчайзера и франчайзи. Барьеры, замедляющие развитие франчайзинговых отношений. Меры по расширению возможности использования франчайзинга в РФ.

Тема 8. Планирование бизнеса по франшизе. Выбор сферы деятельности для бизнеса по франшизе. Оценка собственных возможностей для бизнеса по франшизе. Сбор информации для принятия решения о целесообразности бизнеса по франшизе. Оценивание франчайзинговых

предложений. Составление бизнес-плана деятельности по франшизе. Проведение переговоров с франчайзером.

Тема 9. Подготовка и заключение франчайзингового договора. Правовые основы договора франчайзинга. Форма договора франчайзинга. Заключение договора франчайзинга. Виды договоров франчайзинга. Заключение договора франчайзинга. Права и обязанности сторон договора.

Тема 10. Оценивание затрат франчайзи. Платежи франчайзи в адрес франчайзера. Единовременные затраты франчайзи. Текущие затраты франчайзи. Налоги франчайзи.

Тема 11. Разработка франшизы. Основные составляющие маркетингового анализа. Описание портрета потребителя продукции и его предпочтений. Описание конкурентов: обычного несетевого бизнеса, а также франчайзеров и сетевых операторов. Разработка уникального торгового предложения. Описание критериев оценки ёмкости рынка потребителей товаров / услуг. Оценка ёмкости рынка потенциальных франчайзи. Формирование требований к потенциальным франчайзи. Формирование требований к закрепляемой территории.

Тема 12. Разработка концепции франчайзинга. Определение целей. Разработка схемы получения прибыли от франчайзинга. Разработка плана продаж и развития франчайзинга. Оценка потребностей в ресурсах для развития франчайзинга. Разработка бизнес-плана запуска и развития франчайзинговой системы. Разработка системы ценообразования. Разработка форм расчёта бизнес-плана для франчайзи.

Тема 13. Практическая реализация франчайзинговой деятельности. Формирование отдела франчайзинга. Разработка и регистрация дизайна, фирменного стиля и элементов бренда. Документирование и совершенствование франчайзингового пакета. Построение системы продаж и начало продаж. Правила создания успешных франшиз. Контроль деятельности франчайзи. Продвижение франшизы на рынке.

Тема 14. Актуальные проблемы франчайзинговой деятельности. Основные причины неудач в продаже франшиз. Насколько совершенен применяемый в РФ договор коммерческой концессии.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объём часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Понятие и сущность франчайзинга	2	2	2
2	Место франчайзинга среди существующих способов масштабирования предприятия	2	2	2
3	Теоретические аспекты интеграционных механизмов на основе франчайзинга	2	2	2
4	Правовое регулирование франчайзинговых отношений за рубежом	2	2	-
5	Финансовые условия сотрудничества франчайзера и франчайзи	2	2	-
6	Классификация интеграционных схем ведения бизнеса на основе франчайзинга	2	2	-
7	Тенденции и барьеры, препятствующие развитию франчайзинга в малом бизнесе в России	2	2	-
8	Планирование бизнеса по франшизе	2	2	-
9	Подготовка и заключение франчайзингового договора	2	-	-
10	Оценивание затрат франчайзи	2	-	-
11	Разработка франшизы	2	-	-
12	Разработка концепции франчайзинга	2	-	-

13	Практическая реализация франчайзинговой деятельности	-	-	-
14	Актуальные проблемы франчайзинговой деятельности	-	-	-
Итого:		24	16	6

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объём часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Понятие и сущность франчайзинга	2	-	-
2	Место франчайзинга среди существующих способов масштабирования предприятия	2	-	-
3	Теоретические аспекты интеграционных механизмов на основе франчайзинга	2	-	-
4	Правовое регулирование франчайзинговых отношений за рубежом	2	-	2
5	Финансовые условия сотрудничества франчайзера и франчайзи	2	2	2
6	Классификация интеграционных схем ведения бизнеса на основе франчайзинга	2	2	2
7	Тенденции и барьеры, препятствующие развитию франчайзинга в малом бизнесе в России	2	2	2
8	Планирование бизнеса по франшизе	2	2	-
9	Подготовка и заключение франчайзингового договора	2	2	-
10	Оценивание затрат франчайзи	2	2	-
11	Разработка франшизы	2	2	-
12	Разработка концепции франчайзинга	2	2	-
13	Практическая реализация франчайзинговой деятельности	-	-	-
14	Актуальные проблемы франчайзинговой деятельности	-	-	-
Итого:		24	16	8

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объём часов		
			Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Понятие и сущность франчайзинга	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	7	8
2	Место франчайзинга среди существующих способов масштабирования предприятия	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	7	8
3	Теоретические аспекты интеграционных механизмов на основе франчайзинга	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	7	8

4	Правовое регулирование франчайзинговых отношений за рубежом	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	7	8
5	Финансовые условия сотрудничества франчайзера и франчайзи	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	7	8
6	Классификация интеграционных схем ведения бизнеса на основе франчайзинга	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	7	8
7	Тенденции и барьеры, препятствующие развитию франчайзинга в малом бизнесе в России	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	7	8
8	Планирование бизнеса по франшизе	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	7	10
9	Подготовка и заключение франчайзингового договора	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	7	10
10	Оценивание затрат франчайзи	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	6	7	10
11	Разработка франшизы	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	8	9	10
12	Разработка концепции франчайзинга	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	8	9	10
13	Практическая реализация франчайзинговой деятельности	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	10	12	12
14	Актуальные проблемы франчайзинговой деятельности	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	10	12	12
Итого:			96	112	130

4.6. Курсовые работы / проекты по дисциплине «Франчайзинг» не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведётся с применением следующих видов образовательных технологий:

– традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства обучающихся, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

– технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности и творческой самостоятельности обучающихся, предполагающие последовательную и целенаправленную постановку перед обучающимся познавательных задач, решение которых позволяет обучающимся активно усваивать знания (используются: поисковые методы; постановка познавательных задач);

- технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности обучающихся, их реализацию и развитие;
- технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебной дисциплины за счёт объединения занятий в тематические блоки;
- технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении по индивидуальному учебному плану);
- технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей, в том числе и обучающихся с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования;
- технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности обучающегося (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.п.

Практические занятия проводятся с использованием современных образовательных технологий, в том числе проблемных, развивающих и информационных (электронные образовательные ресурсы, включая Moodle).

Высокая эффективность педагогического процесса достигается путём конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и/или их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Беленец П. С. Использование франчайзинга в предпринимательской деятельности как основа повышения эффективности продаж товаров и услуг : монография / П. С. Беленец, В. Н. Ембулаев, А. П. Латкин; под общ. ред. проф. А. П. Латкина; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2016. – 168 с. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32597340> – Доступ после регистрации.
2. Еремин А. А. Франчайзинг и договор коммерческой концессии: теория и практика применения / А. А. Еремин. – Москва : Юстицинформ, 2017. – 208 с.
3. Иванов Г. Г. Франчайзинг в торговле : учебн. пособ. / Г. Г. Иванов, Е. С. Холин. – Москва : ИД ФОРУМ, 2022. – 104 с.
4. Ляшевский Виктор Франшиза на 360. От покупки готовой до создания собственной / Виктор Ляшевский. – Москва : Издательство Альпина PRO, 2022. – 472 с.
5. Шестакова Е. В. Как открыть франчайзинговый бизнес? / Е. В. Шестакова. – Ростов н/Д : Феникс, 2016. – 141 с.
1. Юрицин А. А. Франчайзинг и договор коммерческой концессии: итоги и перспективы правового регулирования / А. А. Юрицин. – Москва : Юстицинформ, 2018. – 264 с.
6. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ.

б) дополнительная литература

2. Акулич М. В. Инвестиционный маркетинг. Лизинг, франчайзинг, факторинг, краудсорсинг, краудфандинг / М. В. Акулич. – Москва : Издательские решения, 2017. – 76 с.
3. Акулич М. В. Инновационный маркетинг лицензий, во франчайзинге и в инжиниринге / М. В. Акулич. – Москва : Издательские решения, 2016. – 90 с.
4. Валигурский Д. И. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка : учебник для бакалавров / Д. И. Валигурский. – Москва : Дашков и Ко, 2018. – 300 с.
5. Ватутин С. Клонирование бизнеса. Франчайзинг и другие модели быстрого роста /

С. Ватутин, М. Тришин. – СПб. : Питер, 2014. – 192 с.

6. Воробьев Л. Правовое регулирование франчайзинга / Л. Воробьев. – Москва : LAP Lambert Academic Publishing, 2011. – 232 с.

7. Глушков А. Эндорфины красоты: История про бизнес и вдохновение / А. Глушков. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 176 с.

8. Горфинкель В. Я. Малое предпринимательство: организация, управление, экономика : учебн. пособ. / под ред. В. Я. Горфинкеля. – Москва : Вузовский учебник : НИЦ Инфра-М, 2014. – 349 с.

9. Ёлгина Е. Всё о бизнесе за два часа. Секреты юристов и бухгалтеров / Е. Ёлгина, Е. Смолякова, А. Мельников. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 192 с.

10. Елфимова Ю. М. Техника и технология сервисной деятельности : учебн. пособ. / Ю. М. Елфимова [и др.] – Ставрополь : Секвойя, 2021. – 72 с.

11. Клименко К. Правовое регулирование договора франчайзинга в Республике Беларусь / К. Клименко. – Саарбрюккен : LAP Lambert Academic Publishing, 2013. – 134 с.

12. Коршунова М. Повышение уровня развития франчайзинга / М. Коршунова. – Саарбрюккен : LAP Lambert Academic Publishing, 2011. – 144 с.

13. Меркулов А. Франчайзинг от А до Я: как получить сверхприбыль и развить свой бизнес за счёт партнёров? / А. Меркулов. – Москва : Феникс, 2013. – 158 с.

14. Николюкин С. В. Посреднические договоры / С. В. Николюкин. – Москва : Юстицинформ, 2010. – 224 с. (Серия «Деловая библиотека»)

15. Новицкий М. Старт в бизнесе. Купить готовый бизнес или открыть по франшизе? / М. Новицкий, А. Мельников, М. Кузнецова. – СПб. : Издательско-Торговый Дом «Скифия», 2017. – 212 с.

16. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф. Г. Панкратов. – Москва : Дашков и Ко, 2013. – 500 с.

17. Панюкова В. В. Применение интеграционных механизмов развития в торговой отрасли России на основе франчайзинга : монография : М. : Типография «Ваш формат», 2014. – 163 с.

18. Парабеллум А. Масштабирование бизнеса. Создаём франчайзинг в розничной торговле / А. Парабеллум, Н. Мрочковский, Н. Смирнова. – СПб. : Питер, 2013. – 336 с.

19. Чудновский А. Д. Франчайзинг – эффективная форма управления в гостиничном и туристском бизнесе / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. – Москва : Кнорус, 2014. – 216 с.

20. Юрицин А. А. Франчайзинг и договор коммерческой концессии: итоги и перспективы правового регулирования / А. А. Юрицин. – Москва : Юстицинформ, 2018. – 264 с.

21. Ягудин С. Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг / С. Ю. Ягудин. – СПб. : Питер, 2011. – 256 с.

в) методические рекомендации – сформулированы непосредственно в заданиях предоставляемых к проведению практических занятий.

г) интернет-ресурсы:

1. Министерство образования и науки Российской Федерации. – URL : <http://минобрнауки.рф/>

2. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. – URL : <http://obrnadzor.gov.ru/>

3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – URL : <http://fgosvo.ru>

4. Федеральный портал «Российское образование». – URL : <http://www.edu.ru/>

5. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». – URL : <http://window.edu.ru/>

6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. – URL : <http://fcior.edu.ru/>

7. Справочная правовая система «Консультант Плюс». – URL : <https://www.consultant.ru/sys/>

д) электронные библиотечные системы и ресурсы

1. Научная электронная библиотека Elibrary.ru. – URL : <http://elibrary.ru/>
 2. Электронно-библиотечная система StudMed.ru. – URL : <https://www.studmed.ru>
 3. Научная библиотека им. А.Н. Коняева ЛГУ им. В. Даля.
- URL : <http://biblio.daluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Франчайзинг» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащённое компьютером с доступом в сеть Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

**Паспорт
оценочных средств по учебной дисциплине
«Франчайзинг»**

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ПК-5. Способен осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	Пороговый	знать: о подходах регулирования франчайзинга на основе мирового и отечественного опыта; о базовых подходах в части содержания и особенностей деятельности франчайзи и франчайзеров
Основной		Базовый	уметь: организовывать и практически обеспечивать деятельность франчайзи и франчайзеров
Заключительный		Высокий	владеть: навыками по оцениванию актуальных проблем франчайзинговой деятельности

**Перечень компетенций (элементов компетенций),
формируемых в результате освоения учебной дисциплины**

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1.	ПК-5.	Способен осуществлять разработку, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов	ПК-5.4. Подготавливает рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)	Тема 1. <i>Понятие и сущность франчайзинга</i> Тема 2. <i>Место франчайзинга среди существующих способов масштабирования предприятия</i> Тема 3. <i>Теоретические аспекты интеграционных механизмов на основе франчайзинга</i>	8

	(брендов) и управление ими в организации		Тема 4. Правовое регулирование франчайзинговых отношений за рубежом Тема 5. Финансовые условия сотрудничества франчайзера и франчайзи Тема 6. Классификация интеграционных схем ведения бизнеса на основе франчайзинга Тема 7. Тенденции и барьеры, препятствующие развитию франчайзинга в малом бизнесе в России Тема 8. Планирование бизнеса по франшизе Тема 9. Подготовка и заключение франчайзингового договора Тема 10. Оценивание затрат франчайзи Тема 11. Разработка франшизы Тема 12. Разработка концепции франчайзинга Тема 13. Практическая реализация франчайзинговой деятельности Тема 14. Актуальные проблемы франчайзинговой деятельности	
--	--	--	---	--

**Показатели и критерии оценивания компетенций,
описание шкал оценивания**

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ПК-5. Способен осуществлять разработку, тестирование и	ПК-5.4. Подготавливает рекомендации для принятия маркетинговых	знать: о подходах регулирования франчайзинга на основе мирового и	Тема 1. Понятие и сущность франчайзинга	вопросы для обсуждения

внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	решений в отношении товаров (услуг, брендов)	отечественного опыта; о базовых подходах в части содержания и особенностей деятельности франчайзи и франчайзеров уметь: организовывать и практически обеспечивать деятельность франчайзи и франчайзеров владеть: навыками по оцениванию актуальных проблем франчайзинговой деятельности	Тема 2. <i>Место франчайзинга среди существующих способов масштабирования предприятия</i> Тема 3. <i>Теоретические аспекты интеграционных механизмов на основе франчайзинга</i> Тема 4. <i>Правовое регулирование франчайзинговых отношений за рубежом</i> Тема 5. <i>Финансовые условия сотрудничества франчайзера и франчайзи</i> Тема 6. <i>Классификация интеграционных схем ведения бизнеса на основе франчайзинга</i> Тема 7. <i>Тенденции и барьеры, препятствующие развитию франчайзинга в малом бизнесе в России</i> Тема 8. <i>Планирование бизнеса по франшизе</i> Тема 9. <i>Подготовка и заключение франчайзингового договора</i> Тема 10. <i>Оценивание затрат франчайзи</i> Тема 11. <i>Разработка</i>	
--	---	--	---	--

				франшизы Тема 12. Разработка концепции франчайзинга Тема 13. Практическая реализация франчайзинговой деятельности Тема 14. Актуальные проблемы франчайзинговой деятельности	
--	--	--	--	--	--

Примеры оценочных средств

1. Примеры тестовых заданий (пороговый уровень)

- Как называют систему договорных отношений между продавцом и покупателем франшизы?
 - адвертайзинг;
 - мерчандайзинг;
 - фандрейзинг;
 - франчайзинг;
 - лизинг.
- Как классифицируют франчайзинг, когда с одним из франчайзи подписан договор об эксклюзивной и полной передачи ему полномочий?
 - субфранчайзинг;
 - мастер-франшиза;
 - предприятие под ключ;
 - обратный франчайзинг;
 - мягкий франчайзинг.
- Возможна ли ситуация, когда франчайзер не передаёт франчайзи право пользования своим брендом и франчайзи использует только технологии франчайзера?
 - да, такое возможно;
 - нет, такое недопустимо;
 - однозначного ответа не существует;
 - законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт.
- Теряет ли франчайзер эксклюзивность своего продукта на рынке, передавая свои запатентованные и не запатентованные разработки во временное пользование франчайзи?
 - да, теряет;
 - нет, не теряет;
 - однозначного ответа не существует;
 - законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт.
- Должны ли франчайзи в обязательном порядке выполнять правила и ограничения, установленные франчайзинговым договором, если эти правила и ограничения не дают им максимальной пользы?

- а) да, должны выполнять;
- б) нет, не должны выполнять;
- в) на усмотрение франчайзи;
- г) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт.

6. Что представляется наименее финансово затратным при масштабировании бизнеса?

- а) развитие филиальной сети;
- б) покупка существующих предприятий;
- в) построение удалённых продаж;
- г) франчайзинг;
- д) финансовые затраты по перечисленным направлениям приблизительно одинаковые;
- е) однозначного ответа не существует.

7. При каких действиях возможна максимальная скорость масштабирования бизнеса?

- а) развитие филиальной сети;
- б) покупка существующих предприятий;
- в) настройка удалённых продаж;
- г) франчайзинг;
- д) скорость масштабирования бизнеса по перечисленным направлениям е) приблизительно одинаковая;

ж) однозначного ответа не существует.

8. Как называют франшизу в случае, когда страна происхождения франшизы и страна предпринимательской деятельности франчайзи одна и та же?

- а) государственная франшиза;
- б) местная франшиза;
- в) территориальная франшиза;
- г) национальная франшиза;
- д) типовая франшиза.

9. Какой договор заключает франчайзер с лизингодателем, если франчайзер является поставщиком оборудования в лизинговой схеме с франчайзи?

- а) договор франчайзинга;
- б) договор коммерческой концессии;
- в) лицензионный договор;
- г) договор лизинга;
- д) договор купли-продажи;
- е) любой из перечисленных.

10. Какие организации занимаются вопросами предоставления услуг франчайзи по оперативному финансированию оплаты за продукцию поставщика франчайзи (после её отгрузки франчайзи)?

- а) консалтинговые компании;
- б) страховые компании;
- в) юридические компании;
- г) лизинговые компании;
- д) брокерские компании;
- е) факторинговые компании.

11. Какой законодательный акт в РФ регулирует франчайзинговые отношения?

- а) Федеральный закон «О франчайзинге»;
- б) Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»;
- в) Федеральный закон «О техническом регулировании»;
- г) Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей»;
- д) Гражданский кодекс Российской Федерации.

12. Могут ли согласно нормам законодательства РФ одной из сторон договора франчайзинговых отношений быть граждане, зарегистрированные в установленном порядке в качестве индивидуальных предпринимателей?

- а) да, могут;
- б) нет, это не допускается;
- в) могут, но только в установленных законом случаях;
- г) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт;
- д) однозначного ответа не существует.

13. Как называют принцип, когда вся прибыль, полученная от взаимодействия во франчайзинговой системе, должна быть поделена между франчайзером и франчайзи пропорционально их издержкам?

- а) групповой рациональности;
- б) индивидуальной рациональности;
- в) экономической рациональности;
- г) объективной рациональности;
- д) экономической справедливости.

14. Может ли франчайзер не устанавливать для франчайзи всех основных видов оплаты по франшизе (паушального платежа и роялти)?

- а) да, может;
- б) нет, не может;
- в) это не допускается законодательством;
- г) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт;
- д) однозначного ответа не существует.

15. Должен ли франчайзер расходовать свои средства на госрегистрацию договора франчайзинга?

- а) да, должен;
- б) нет, не должен;
- в) это должен делать только франчайзи;
- г) однозначного ответа не существует.

16. Кому в большей степени выгодна схема товарного франчайзинга?

- а) франчайзи;
- б) франчайзеру;
- в) франчайзи и франчайзеру в равной мере;
- г) потребителям;
- д) государству.

17. Как называют франшизу, когда франчайзи имеет право использовать её применительно только к конкретной торговой точке, которая оговорена в договоре?

- а) франшиза на фирменное имя;
- б) единичная франшиза;
- в) типовая франшиза;
- г) субфраншиза;
- д) множественная франшиза.

18. Может ли паушальный платёж быть заменён франчайзером на обязательные расходы франчайзи по переоборудованию (в соответствии с требованиями договора), а также на обязательную величину закупки товара у франчайзера?

- а) да, может;
- б) нет, не может;
- в) это противоречит законодательству;
- г) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт;
- д) однозначного ответа не существует.

19. Может ли представлять риск для франчайзи, установленные в договоре франчайзинга обязательства относительно закупки им товаров у строго определённых поставщиков?

- а) да, может;
- б) нет, не может;
- в) это не проблема франчайзи;
- г) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт;
- д) однозначного ответа не существует.

20. К какому конкретно уровню относят барьеры, замедляющие развитие отношений во франчайзинге, описываемые как отсутствие финансовых ресурсов для развития субъектов франчайзинговых отношений?

- а) макроуровень;
- б) мезоуровень;
- в) микроуровень;
- г) наноуровень.

21. К какому конкретно уровню относят барьеры, замедляющие развитие отношений во франчайзинге, механизмом преодоления которых представляется как формирование и изменение законодательства в сфере франчайзинга?

- а) макроуровень;
- б) мезоуровень;
- в) микроуровень;
- г) наноуровень.

22. Всегда ли затраты на обучение персонала и дизайн-проекты входят в стоимость франшизы?

- а) да, всегда;
- б) нет, не всегда;
- в) эти затраты должен оплачивать только франчайзер;
- г) нет правильного ответа.

23. Что обязательно должна включать финансовая часть бизнес-плана деятельности по франшизе?

- а) план расходов и план доходов денежных средств по проекту, а также оценку эффективности проекта;
- б) план инвестирования проекта, план финансовых результатов проекта, а также оценку эффективности проекта;
- в) план финансовых результатов, налоговых отчислений по проекту, а также оценку эффективности проекта;
- д) план финансовых результатов, план движения денежных средств, а также оценку эффективности проекта.

24. Кто, как правило, должен регистрировать франчайзинговый договор?

- а) франчайзи;
- б) франчайзер;
- в) франчайзи совместно с франчайзером;
- г) консалтинговая фирма;
- д) такая регистрация не требуется.

25. Могут ли продолжать действовать договора субфранчайзинга заключённые на основе договора франчайзинга, который признан недействительным?

- а) да, могут;
- б) нет, не могут;
- в) это не может влиять на договора субфранчайзинга;
- г) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт;
- д) однозначного ответа не существует.

26. Должны ли быть прекращены договорные отношения между франчайзером и франчайзи, на основании объявления одной из сторон банкротом?

- а) да, должны;
- б) нет, не должны;
- в) это не влияет на договор франчайзинга;
- г) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт;
- д) однозначного ответа не существует.

27. Может ли франчайзер предоставлять франчайзи товары с ценовыми скидками?

- а) да, может;
- б) нет, не может;
- в) это противоречит договору франчайзинга;
- г) однозначного ответа не существует.

28. Несёт ли франчайзи затраты не связанные с выполнением договора франшизы?

- а) да, несёт;
- б) нет, не несёт;
- в) это противоречит договору франчайзинга;
- г) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт;
- д) однозначного ответа не существует.

29. Должен ли франчайзи, являющийся индивидуальным предпринимателем в РФ, обязательно находиться на общей системе налогообложения?

- а) да, должен;
- б) нет, не должен;
- в) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт;
- г) однозначного ответа не существует.

30. Какая начальная ступень проведения маркетингового анализа рынка для разработки франшизы?

- а) описание конкурентов;
- б) оценка ёмкости рынка потенциальных франчайзи;
- в) разработка уникального торгового предложения;
- г) описание портрета потребителя продукции и его предпочтений;
- д) описание критериев оценки ёмкости рынка.

31. Кого наиболее предпочтительно отнести к основным трём категориям потенциальных покупателей франшизы?

- а) инвестор; бывший наёмный работник подобного бизнеса; владелец подобного бизнеса;
- б) государственный служащий; работник сферы культуры; владелец подобного бизнеса;
- в) бизнесмен; бывший военнослужащий; владелец подобного бизнеса;
- г) фрилансер; бывший наёмный работник подобного бизнеса; владелец подобного бизнеса.

32. Возможно ли, что франчайзи планирует получать основной доход от поставок франчайзи товаров или сырья (для обеспечения производственного процесса франчайзи)?

- а) да, это возможно;
- б) нет, это невозможно;
- в) это противоречит договору франшизы;
- г) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт.

33. Имеет ли право франчайзер формировать несколько вариантов для своей франшизы с разными ценовыми параметрами и набором предложений?

- а) да, это возможно;
- б) нет, это невозможно, т.к. противоречит законодательству;
- в) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт;
- г) однозначного ответа не существует.

34. Имеет ли право франчайзер ограничивать франчайзи в праве закупки им продукции у других поставщиков?

- а) да, это возможно;
- б) нет, это невозможно, т.к. противоречит законодательству;
- в) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт;
- г) однозначного ответа не существует.

35. Исходя из основных направлений франчайзингового отдела, сколько нужно минимально сотрудников для его работы, чтобы эти направления были в работе по одному у каждого сотрудника?

- а) 2 сотрудника;
- б) 3 сотрудника;
- в) 4 сотрудника;
- г) 5 сотрудников;
- д) 6 сотрудников.

36. Что относят к двум главным правилам создания успешных франшиз?

- а) тщательная подготовка франшизного договора; передача знаний и поддержание духа компании;
- б) максимальная поддержка франчайзи; передача знаний и поддержание духа компании;
- в) тщательный отбор потенциальных франчайзи; передача знаний и поддержание духа компании;
- г) минимизация затрат франчайзи; передача знаний и поддержание духа компании;
- д) нет таких правил.

37. Какой период принято считать критическим при старте почти любой франшизы?

- а) 3 месяца;
- б) 6 месяцев;
- в) 9 месяцев;
- г) 1 год;
- д) 2 года.

38. Справедливо ли утверждать, что договор коммерческой концессии и франчайзинг абсолютно одинаковые юридические понятия?

- а) да, это абсолютно одинаковые юридические понятия;
- б) нет, это не одинаковые, но очень близкие понятия;
- в) однозначного ответа не существует;
- г) мнение юристов по этому поводу не однозначно.

39. Имеет ли право согласно нормам законодательства РФ франчайзер претендовать на уплату ему со стороны франчайзи одновременно паушального взноса и роялти?

- а) да, это допускается;
- б) нет, это допускается;
- в) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт;
- г) однозначного ответа не существует.

40. Имеет ли право согласно нормам законодательства РФ франчайзер и франчайзи отказаться от договора в одностороннем порядке при условии, что договором установлена возможность прекратить его уплатой отступного?

- а) да, это допускается;
- б) нет, это допускается;
- в) законодательство не имеет чёткого толкования на этот счёт;
- г) однозначного ответа не существует.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольный тест»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100 % вопросов теста).
Хорошо (4)	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89 % вопросов теста).
Удовлетворительно (3)	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74 % вопросов теста).
Неудовлетворительно (2)	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50 % вопросов теста).

2. Примеры типовых контрольных вопросов
(к практическим занятиям и контрольным работам)
(базовый уровень)

Практическое занятие 1

1. Сформулируйте, что собой представляет современный франчайзинг.
2. Что такое франшиза с юридической точки зрения?
3. Какую основную цель ставит перед собой франчайзер?
4. Перечислите сформулированные Филипом Котлером основные составляющие франчайзинга?
5. На какие конкретно объекты могут передаваться права при франчайзинге?
6. Какие существуют четыре основные формы франчайзинга по виду деятельности?
7. Что представляет собой прямой франчайзинг?
8. Чем отличается мастер-франшиза от субфранчайзинга?
9. На чём основан мягкий франчайзинг?
10. Что такое франчайзинг, основанный на замещении?
11. В чём состоит смысл квази-франчайзинга?
12. Когда и где считается появился первый товарный франчайзинг?
13. Какие непосредственно промышленные отрасли были первыми, кто использовал франчайзинговые отношения?
14. Кто в Российской Федерации стал первым отечественным бизнесменом, предложившим достаточно популярную франшизу, и по каким причинам в последствии этот проект потерпел неудачу?
15. Перечислите основные преимущества, которые получает франчайзер.
16. Перечислите основные преимущества, которые получает франчайзи.
17. Перечислите главные недостатки, которые получает франчайзер.
18. Перечислите главные недостатки, которые получает франчайзи.
19. Почему и с какой целью франчайзи вынуждены следовать правилам и ограничениям, установленным франчайзером, даже если они не приносят максимальной пользы франчайзи?
20. Приведите примеры современного франчайзинга.

Практическое занятие 2

1. Что такое и зачем нужно масштабирование (расширение) предприятия (бизнеса)?
2. Что собой представляют мероприятия и управленческие решения для подготовки выбора эффективного способа масштабирования предприятия?
3. Какие существуют основные способы масштабирования предприятия?
4. Какие основные преимущества и недостатки имеют место при развитии филиальной сети предприятия?
5. Какие основные преимущества и недостатки имеют место при построении системы удалённых продаж предприятия?

6. Какие основные преимущества и недостатки имеют место при покупке уже существующего предприятия?
7. Какова иерархичность типичной бизнес-структуры при франчайзинговых отношениях?
8. Кто является непосредственным собственником в каждой отдельной точке франчайзи при франчайзинговых отношениях?
9. Кто, как правило, производит найм персонала в структуре франчайзи?
10. Имеет ли право франчайзер контролировать соблюдение стандартов и регламентов у франчайзи?
11. При каком способе масштабирования предприятия наибольшая скорость масштабирования?
12. Почему франчайзинг, как правило, не требует существенных вложений?
13. Какие ключевые особенности масштабирования предприятия предполагает франчайзинг?
14. Почему для малого бизнеса главным образом предпочтителен именно франчайзинг?

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«контрольные вопросы (к практическим занятиям и контрольным работам)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Вопросы раскрыты на высоком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 90 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Хорошо (4)	Вопросы раскрыты на среднем уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 75 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Удовлетворительно (3)	Вопросы раскрыты на низком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
Неудовлетворительно (2)	Вопросы раскрыты на неудовлетворительном уровне или не представлены на момент их оценивания (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме, не выполнил задание и т.п.).

3. Примеры типовых аналитических и проектных практических заданий (высокий уровень)

Тема 12

Цель выполнения задания: проведение анализа тенденций и перспектив развития франчайзинга в конкретной отрасли или сфере деятельности.

Задание:

Собрать доступную информацию о состоянии рынка франшиз на примере выбранной конкретной отрасли или сферы деятельности, провести анализ франшиз, выявить тенденции и перспективы развития рынка.

Порядок выполнения задания:

1. Провести количественный и качественный анализа предлагаемых франшиз, представленных в выбранной отрасли или сфере деятельности, в том числе: по видам франшиз; по стране происхождения бренда (с разделением на отечественные и иностранные); по объёму прав предоставляемых франшизами (мастер-франшиза, территориальный франчайзер, простой франчайзи); по размеру франчайзинговой сети; по финансовым условиям договоров; по правам и обязанностям сторон; по требованиям к франчайзи и другим важным условиям договоров.

2. Выявить общие тенденции и перспективы развития франчайзинга в выбранной отрасли или сфере деятельности.

3. Сделать соответствующие выводы.

4. Подготовить краткий отчёт о проделанной работе.

Тема 14

Цель выполнения задания: проведение исследования относительно практики решения спорных вопросов о выплате роялти между сторонами договора франшизы.

Условия задания:

Существуют не единичные случаи значительной задолженности по выплате роялти согласно договору франшизы. В отдельных случаях фактически можно говорить о прекращении таких выплат. Смысл бизнеса по франшизе – это получение дохода, в том числе и в виде роялти. Поэтому отсутствие таких выплат абсолютно нелогично для правообладателя и является нарушением заключённого договора франшизы.

Вопросы:

1. Каков должен быть эффективный алгоритм действий по восстановлению франчайзером обязанностей франчайзи по уплате им роялти?

2. Проанализировать современную практику обращения в суд по данному вопросу и соответствующие решения судов, а также фактического выполнения таких решений.

3. Сделать соответствующие выводы.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «аналитические и проектные практические задания»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Задание представлено на высоком уровне (обучающийся в полном объёме (не менее 90 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Задание оформлено в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
Хорошо (4)	Задание представлено на среднем уровне (обучающийся в целом (не менее 75 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении задания допущены некоторые неточности относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
Удовлетворительно (3)	Задание представлено на низком уровне (обучающийся выполнил не менее половины поставленных задач или допустил существенные неточности в изложении материала, или изложил материал с существенными ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
Неудовлетворительно (2)	Задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлено (обучающийся не готов, не выполнил задание и т.п.).

4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен) (пороговый, базовый, высокий уровни)

1. Формы франчайзинга по виду деятельности.
2. Классификация франчайзинга.
3. Преимущества франчайзинга.
4. Недостатки франчайзинга.
5. Основные способы масштабирования предприятия.

6. Особенности масштабирования предприятия.
7. Принципы формирования франчайзинговых систем.
8. Характеристика инфраструктуры франчайзинговых отношений.
9. Правовое регулирование франчайзинга в странах СНГ.
10. Принцип индивидуальной и групповой рациональности.
11. Условия оплаты паушального платежа и роялти.
12. Платежи за дополнительные услуги франчайзера.
13. Типология товара как предмета договора франчайзинга.
14. Классификация франчайзинга по профилю экономической деятельности.
15. Классификация франчайзинга по типу участников.
16. Классификация франчайзинга по образу построения.
17. Классификация франчайзинга по стадии развития системы.
18. Классификация франчайзинга по степени участия партнёров в уставном капитале.
19. Главные барьеры, препятствующие развитию франчайзинга в малом бизнесе в РФ.
20. Общие риски при масштабировании бизнеса.
21. Категории рисков, которые учитывают при анализе чувствительности проекта к рискам.
22. Специфические риски для франчайзера и франчайзи.
23. Барьеры, замедляющие развитие франчайзинговых отношений.
24. Меры по расширению возможности использования франчайзинга в РФ.
25. Сбор информации для принятия решения о целесообразности бизнеса по франшизе.
26. Оценивание франчайзинговых предложений.
27. Составление бизнес-плана деятельности по франшизе.
28. Правовые основы договора франчайзинга.
29. Виды договоров франчайзинга.
30. Заключение договора франчайзинга.
31. Права и обязанности сторон договора.
32. Платежи франчайзи в адрес франчайзера.
33. Единовременные затраты франчайзи.
34. Текущие затраты франчайзи.
35. Налоги франчайзи.
36. Основные составляющие маркетингового анализа при разработке франшизы.
37. Формирование требований к потенциальным франчайзи.
38. Разработка схемы получения прибыли от франчайзинга при разработке концепции франчайзинга.
39. Разработка плана продаж и развития франчайзинга при разработке концепции франчайзинга.
40. Формирование отдела франчайзинга.
41. Разработка и регистрация дизайна, фирменного стиля и элементов бренда.
42. Документирование и совершенствование франчайзингового пакета.
43. Построение системы продаж и начало продаж.
44. Правила создания успешных франшиз.
45. Контроль деятельности франчайзи.
46. Продвижение франшизы на рынке.
47. Основные причины неудач в продаже франшиз.
48. Базовое законодательство для франчайзера.

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Ответ представлен на высоком уровне (обучающийся в полном объёме осветил рассматриваемую проблематику, привёл аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.).
Хорошо (4)	Ответ представлен на среднем уровне (обучающийся в целом осветил рассматриваемую проблематику, привёл аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
Удовлетворительно (3)	Ответ представлен на низком уровне (обучающийся допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.).
Неудовлетворительно (2)	Ответ представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (обучающийся не готов).

9. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Для этого требуется заявление обучающегося (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК). В случае необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учётом их индивидуальных психофизических особенностей:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников, например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

– увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:

– продолжительность сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, – не более чем на 90 минут;

– продолжительность подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, – не более чем на 20 минут;

– продолжительность выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 минут.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) *по дисциплине «Франчайзинг»* соответствует требованиям ГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06. Торговое дело.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объёме.

Виды оценочных средств, включённые в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки бакалавров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического факультета



Е.Н. Шаповалова