

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Экономический факультет
Кафедра «Мировая экономика»



Декан экономического факультета
д.э.н., доцент Тхор Е.С.
» 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЕ»

По направлению подготовки 38.04.01 Экономика

Программа магистратуры: «Международный бизнес и экономика»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Бизнес-администрирование» по направлению подготовки 38.04.01 Экономика. – 39 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Бизнес-администрирование» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 11 августа 2020 года № 939.

СОСТАВИТЕЛЬ:


кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики Инговатова В.А.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры мировой экономики «18» апреля 2023 г., протокол № 26

Заведующий кафедрой мировой экономики  Инговатова В.А.

Переутверждена: « » 20 г., протокол №

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

Председатель учебно-методической комиссии экономического факультета  Шаповалова Е.Н

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью дисциплины «Бизнес-администрирование» является приобретение магистрами теоретических знаний и практических навыков в области административно-управленческой деятельности, которые позволят им принимать эффективные административные решения в профессиональной деятельности, разрабатывать и реализовывать управленческие стратегии, адекватно оценивать результаты работы команды.

Задачами дисциплины призвано обеспечить будущих магистров знаниями и навыками в области управления предпринимательской деятельностью, осуществлять предпринимательскую деятельность с использованием разнообразных способов, приемов и подходов в целях обеспечения экономической безопасности организации; формировать систему правил, приемов, подходов и способов воздействия на управляемый объект для достижения целей, сокращая временные затраты на их реализацию.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Бизнес-администрирование» входит в часть, формируемой участниками образовательных отношений дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.04.01 Экономика.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: знания сущности, содержания и принципов административно-управленческой деятельности; современных концепций и стилей руководства в организациях; особенностей управления функциональными подсистемами рекламной организации или рекламной службы (отдела); основных функций и задач служб управления персоналом; базовых положений психологии административно-управленческой деятельности, организационного поведения и конфликтологии; умения классифицировать организации и в соответствии с этим выбирать схемы административно-управленческой деятельности; создавать творческие и плановые команды, организовывать их работу и работать в них; выбирать схему поведения организации во внешней среде и управлять ее внутренней средой; распознавать кризисные и конфликтные ситуации и избирать методы их устранения; строить самостоятельный и творческий подход при анализе и оценке конкретных практических ситуаций в предпринимательской деятельности; владения навыками современных методов сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; прогнозирования развития хозяйственных процессов; современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне; методами оценки эффективности работы организации, учреждения; методикой анализа потоков социально-экономической информации о состоянии и развитии рынков, предпринимательской деятельностью, подготовки целевых обзорных статистических материалов, навыками координации работы сотрудников организации.

Основывается на базе дисциплин: «Международный бизнес (продвинутый уровень)», «Бизнес-стратегии в предпринимательстве».

Дисциплина завершает изучение образовательной программы магистратуры.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля).

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
<p>ПК-5. Способен к составлению экономических разделов планов предприятий и организаций всех форм собственности, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность</p>	<p>ПК-5.1. Анализирует собранные данные организаций всех форм собственности осуществляющих внешнеэкономическую деятельность. ПК-5.2. Формирует планы социально-экономического развития организаций, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность</p>	<p>Знать: сущность, содержание и принципы административно-управленческой деятельности; современные концепции и стили руководства в организациях; особенности управления функциональными подсистемами рекламной организации или рекламной службы (отдела); основных функций и задач служб управления персоналом; базовые положения психологии административно-управленческой деятельности, организационного поведения и конфликтологии;</p> <p>Уметь: классифицировать организации и в соответствии с этим выбирать схемы административно-управленческой деятельности; создавать творческие и плановые команды, организовывать их работу и работать в них; выбирать схему поведения организации во внешней среде и управлять ее внутренней средой; распознавать кризисные и конфликтные ситуации и избирать методы их устранения; строить самостоятельный и творческий подход при анализе и оценке конкретных практических ситуаций в предпринимательской деятельности;</p> <p>Владеть: навыками современных методов сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; прогнозирования развития хозяйственных процессов; современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические</p>

		процессы и явления на микро- и макроуровне; методами оценки эффективности работы организации, учреждения; методикой анализа потоков социально-экономической информации о состоянии и развитии рынков, предпринимательской деятельности, подготовки целевых обзорных статистических материалов, навыками координации работы сотрудников организации.
--	--	---

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Объем учебной дисциплины (всего)	144 (4 зач. ед)	144 (4 зач. ед)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка дисциплины (всего)	48	18
в том числе:		
Лекции	24	6
Семинарские занятия		
Практические занятия	24	12
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	96	126
Форма аттестации	зачет	зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Семестр 4- ОФО

Семестр 4 -ЗФО

Тема1. Теоретические и методологические основы современного бизнес-администрирования.

Администрирование в общей теории менеджмента. Методология администрирования. Подходы и концепции процесса администрирования в современной экономике.

Инструментарий администрирования в системе менеджмента современного предприятия. Взаимосвязь подсистем администрирования. Целеполагание. Project Expert, как инструмент бизнес-планирования. Стратегические аспекты бизнес-администрирования. Формы и

практические примеры бизнес- администрирования, успешные практики и кейсы. Правовые и административные основы современного менеджмента. Формат бизнес-формализации процессов и подсистем. Использование системы Договор-эксперт.

Методология производственного бизнес- администрирования. Инструменты менеджмента качества. Операционный менеджмент. Методология кадрового администрирования. Кадровые стандарты. Методология и инструментарий администрирования процессов маркетинга и инфраструктурных подсистем современного предприятия.

Тема 2. Современные модели управления предпринимательством.

Методология управления и администрирования предпринимательских структур. Современные технологии качественного и количественного анализа при исследовании бизнес-процессов. Стратегический менеджмент, Инструменты проектирования стратегии предпринимателя. SWOT- анализ. Методы планирования в бизнес- администрировании. Управление корпоративными интересами. Технологии консалтинга и профессионального консультирования. Основные понятия корпоративного управления. Инструментарий корпоративного управления. Консалтинг и инструменты реинжиниринга бизнес- процессов в предпринимательстве. Разработка стандартов управления: Investors in people, BSC и т.д. Стратегические подходы к осуществлению предпринимательской деятельности (маркетинг, менеджмент). Управление изменениями. Инструменты самоменеджмента в администрировании. Технологии и инструменты коммуникационных технологий при осуществлении процедур администрирования. Цифровой инструментарий предпринимательства.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Теоретические и методологические основы современного бизнес-администрирования.	12	3
2	Современные модели управления предпринимательством.	12	3
Итого		24	6

4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Теоретические и методологические основы современного бизнес-администрирования.	12	6
2	Современные модели управления предпринимательством.	12	6
Итого		24	12

4.5 Лабораторные занятия – не предусмотрены

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма

1	Теоретические и методологические основы современного бизнес-администрирования.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	48	63
2	Современные модели управления предпринимательством.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	48	63
Итого:			96	126

4.6. Курсовые работы.

Курсовых работ не предусмотрено учебным планом.

5. Образовательные и информационные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

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

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, 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 учебных дисциплин за счет 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 студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов 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 студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем 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 (модуля):
а) основная литература:

1. Портных В. В. Стратегия бизнеса М.: Дашков и К, 2013
2. Ефимов Е. Н. Анализ и моделирование бизнес-процессов: учеб. пособие Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2013
3. Джуха В. М. Инновационный менеджмент: учеб. М.: РИО, 2016
4. Фитцджеральд Д. Бизнес-администрирование Генуя: Black Cat Publishing, 2002
5. Лабутин К. М. Управленческое консультирование: менеджмент- консалтинг: монография Москва: Лаборатория книги, 2010
6. Сергеенко Н. П. Стратегический менеджмент Москва: Лаборатория книги, 2010
7. Демчук О. Н., Ефремова Т. А. Теория организации: учебное пособие Москва: ФЛИНТА, 2022
8. Лисичкин, В. А., Корягин, Н. Д., Конотопов, М. Н., Иванов, А. А. Стратегический менеджмент: учебное пособие Москва: Евразийский открытый институт, 2009

б) дополнительная литература:

9. Репин В. В., Елиферов В. Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013
10. Горфинкель В. Я., Попадюк Т. Г. Инновационное предпринимательство: учеб. для вузов М.: Юрайт, 2015
11. Щербаков В. В., Мерзляк А. В., Коскур-Оглы Е. О. Автоматизация бизнес-процессов в логистике: для бакалавров и магистров СПб.: Питер, 2016
12. Стерлигова А. Н., Фель А. В. Операционный (производственный) менеджмент: учеб. пособие по дисциплине специализации для студентов вузов, обучающихся по спец. "Менеджмент орг." и напр. "Менеджмент" М.: ИНФРА-М, 2014
13. Романов А. Н., Горфинкель В. Я., Поляк Г. Б., Швандар В. А., Антонова О. В., Горфинкель В. Я., Поляк Г. Б. Предпринимательство: учебник Москва: Юнити-Дана, 2015
14. Блинов А. О., Рудакова О. С., Захаров В. Я., Захаров И. В., Блинов А. О. Реинжиниринг бизнес-процессов: учебное пособие Москва: Юнити-Дана, 2015
15. Менеджмент и Бизнес-Администрирование: журнал Москва: Академия менеджмента и бизнес- администрирования, 2014
16. Голицова, Н. Н., Юдин, А. П. Менеджмент: учебное пособие Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017

электронные библиотечные системы и ресурсы

1. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» – <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>
2. Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» – <https://www.studmed.ru>
информационный ресурс библиотеки образовательной организации
 Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

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

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в 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	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	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. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Паспорт Оценочных средств по учебной дисциплине «Бизнес-администрирование»

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 к составлению экономических разделов планов предприятий и организаций всех форм собственности, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность	Пороговый	Знать: сущность, содержание и принципы административно-управленческой деятельности; современные концепции и стили руководства в организациях; особенности управления функциональными подсистемами рекламной организации или рекламной службы (отдела); основных функций и задач служб управления персоналом; базовые положения психологии административно-управленческой деятельности, организационного поведения и конфликтологии;
Основной		Базовый	Уметь: классифицировать организации и в соответствии с этим выбирать схемы административно-управленческой деятельности; создавать творческие и плановые команды, организовывать их работу и работать в них; выбирать схему поведения организации во внешней среде и управлять ее внутренней средой; распознавать кризисные и конфликтные ситуации и избирать методы их устранения; строить самостоятельный и творческий подход при анализе и оценке конкретных практических ситуаций в предпринимательской деятельности;
Заключительный		Высокий	Владеть: навыками современных методов сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; прогнозирования развития хозяйственных процессов; современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне; методами оценки эффективности работы организации, учреждения; методикой анализа потоков социально-экономической информации о состоянии и развитии рынков, предпринимательской деятельностью, подготовки целевых обзорных статистических материалов, навыками координации работы сотрудников организации.

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)
	ПК-5	Способен к составлению экономических разделов планов предприятий и организаций всех форм собственности, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность	ПК-5.1. Анализирует собранные данные организаций всех форм собственности осуществляющих внешнеэкономическую деятельность. ПК-5.2. Формирует планы социально-экономического развития организаций, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность	Тема 1. Теоретические и методологические основы современного бизнес-администрирования. Тема 2. Современные модели управления предпринимательством	Начальный Основной Заключительный ОФО-4 ЗФО-4

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ПК-5 Способен к составлению экономических разделов планов предприятий и организаций всех форм собственности, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность	ПК-5.1. Анализирует собранные данные организаций всех форм собственности осуществляющих внешнеэкономическую деятельность. ПК-5.2. Формирует планы социально-экономического развития организаций,	Знать: сущность, содержание и принципы административно-управленческой деятельности; современные концепции и стили руководства в организациях; особенности управления функциональными подсистемами	Тема 1. Теоретические и методологические основы современного бизнес-администрирования. Тема 2. Современные модели управления предпринимательством.	доклад, сообщение, тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)

		<p>осуществляющих внешнеэкономическую деятельность</p>	<p>рекламной организации или рекламной службы (отдела); основных функций и задач служб управления персоналом; базовые положения психологии административно-управленческой деятельности, организационного поведения и конфликтологии;</p> <p>Уметь:</p> <p>классифицировать организации и в соответствии с этим выбирать схемы административно-управленческой деятельности;</p> <p>создавать творческие и плановые команды, организовывать их работу и работать в них; выбирать схему поведения организации во внешней среде и управлять ее внутренней средой;</p> <p>распознавать кризисные и конфликтные ситуации и избирать методы их устранения; строить самостоятельный и творческий подход при анализе и оценке конкретных практических ситуаций в предпринимательской деятельности;</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками современных методов сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных; прогнозирования развития хозяйственных процессов; современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне;</p>		
--	--	--	--	--	--

			методами оценки эффективности работы организации, учреждения; методикой анализа потоков социально-экономической информации о состоянии и развитии рынков, предпринимательской деятельностью, подготовки целевых обзорных статистических материалов, навыками координации работы сотрудников организации.		
--	--	--	--	--	--

1. Типовые тестовые задания (пороговый уровень)

1. Что является источником власти и управления?

- знания;
- люди;
- техника;
- собственность.

2. Совокупность внешних и внутренних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определённых целей это:

- стимулирование;
- влияние;
- мотивация.

3. Система управления, это:

- совокупность взаимосвязанных элементов в пространстве, расположенных иерархически;
- состав подразделений;
- совокупность работ, определяющих направление деятельности;

4. Функции принятия решений выражаются в

- создании новой информации в ходе анализа, планирования и оперативного управления;
- учете, контроле, хранении, поиске, отображении, тиражировании, преобразовании формы информации;
- доведении выработанных решений до объекта управления.

5. Внутренняя среда организации, это:

- исполнители и руководители;
- конкуренты;
- законы;

6. Характеристиками эффективного лидера являются:

- действия по правилам;
- ориентация на цели, установленные вышестоящим уровнем;
- умение воодушевлять людей, передавая им своё видение будущего;

7. Процесс коммуникации отличается от процесса передачи информации

- наличием обратной связи;
- кодированием информации с помощью символов;
- использованием канала передачи;

8. Обязаны ли гражданские госслужащие сообщать представителю нанимателя о личной заинтересованности при исполнении должностных обязанностей, которая может привести к конфликту интересов:

-нет, не обязаны;

-да, обязаны;

-не обязаны, если потенциальный личный доход госслужащего не превышает пределов, установленных представителем нанимателя;

-обязаны, если имеется соответствующее распоряжение представителя нанимателя;

9. Хорошо структурируемые задачи чаще всего возникают на ... уровне управления

-оперативном;

-тактическом;

-стратегическом.

10. Статику системы управления определяют:

-технология управления;

-структура управления;

-функции управления;

-цели управления.

11. Набор решений по будущему состоянию организации с указанием целей, необходимых ресурсов и путей их наиболее рационального использования это:

-метод;

-план;

-мотив.

12. Предмет науки управления, это:

-опыт управления;

-природа управленческих отношений;

-труд людей в управлении;

-методы управления;

-законы управления

13. Планирование будущих работ и совершенствование системы мотивации персонала относят к функциям

-предварительного контроля

-текущего контроля

-заключительного контроля

14. Один из важнейших компонентов управленческой деятельности, а также общего функционирования организаций

-функция планирования

-функция целеполагания

-функция прогнозирования

15. Предметом управленческого труда является:

-техника производства

-информация

-ресурсы организации

16. Что выступает в качестве объединяющего и управляющего фактора производства?

-земля

-труд

-информация

-капитал

17. Ощущение нехватки чего-либо, то, что находится внутри человека, что достаточно общее для разных людей, но в то же время имеет определённое проявление у каждого это:

-потребность

-мотив

-стимул

18. Информацией в учётных системах (на предприятии) являются:

-сводный отчет о деятельности предприятия

-финансовые отчеты подразделений

-отчеты о деятельности подразделений

-все ответы верны

19. Подход к управлению организацией, предполагающий формирование у менеджеров образа мышления, рассматривающего в единстве все явления внешней и внутренней среды это:

-процессный подход

-ситуационный подход

-системный подход к управлению

20. Укажите, что является главной целью управленческой деятельности

-обеспечение состояния удовлетворенности своей работой у каждого сотрудника

-обеспечение эффективного функционирования определенной организационной системы

-обеспечение работников нужными для них ресурсами, с целью их мотивировать

21. Путь совершенствования систем с управлением, позволяющий одновременно сократить длительности цикла управления и повысить качество управляющих воздействий

-автоматизация управленческого труда

-перераспределение функций и задач в УС

-применение новых методов решения управленческих задач

-оптимизация численности управленческого персонала

22. Управленческая деятельность

-индивидуальная и совместная

-индивидуальная

-совместная

23. Класс секретной информации, к которому относятся планы организации, тактика и стратегия действий на рынке

-военная тайна

-государственная тайна

-коммерческая тайна

-персональные данные

24. Организация как система управления характеризуется

-территориальным расположением

-наличием оборудования

-наличием признаков, присущих системам управления

25. Информационные системы способные функционировать без участия человека – ... системы

-автоматизированные

-управляющие

-технические

-автоматические

26. Организационная структура отражает:

-строение системы управления;

-техническое оснащение;

-мотивацию персонала;

27. Система государственной службы включает в себя следующие виды:

-федеральная, субъектов РФ, муниципальная;

-гражданская, армии и военно-морского флота, госбезопасности и правопорядка;

-гражданская, военная, правоохранительная.

28. Основные подсистемы систем с управлением:

- лицо принимающее решение, субъект управления, объект управления;
- объект управления, система связи, система контроля, лицо принимающее решение;
- система связи, система управления, система наблюдения;
- управляющая система, объект управления, система связи.

29. Выберите критерии, по которым осуществляется разделение труда в управлении:

- профессиональная подготовка;
- иерархия управления;
- технология управления;
- все ответы верны;
- функции управления;

30. Сведения, которые не могут составлять коммерческую тайну:

- факты и содержание заключенных договоров с партнерами;
- сведения о клиентах, поставщиках;
- документы о платежеспособности;
- сведения о разработках и ноу-хау.

Методические рекомендации:

При использовании формы текущего контроля «Тестирование» студентам могут предлагаться задания на бумажном носителе.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	85 -100% правильных ответов
4	71-85% правильных ответов
3	61-70% правильных ответов
2	60% правильных ответов и ниже

2. Вопросы и задания для обсуждения (в виде докладов и сообщений) (базовый уровень)

1. Анализ и оптимизация основных бизнес-процессов компании.
2. Анализ путей развития предприятия в кризисный период.
3. Внедрение офиса управления проектами в деятельность компании.
4. Внедрение системы менеджмента качества в организации
5. Динамическая оценка организационной культуры
6. Использование концепций гибкого и быстро реагирующего производства для создания конкурентных преимуществ компании.
7. Исследование репутации предприятия.
8. Оптимизация бизнес-процессов компании
9. Оптимизация логистических операций на складе.
10. Оптимизация процесса подбора персонала в организации
11. Оптимизация системы вознаграждения в организации
12. Особенности управления портфелем проектов.
13. Особенности управления рисками в проектном управлении.
14. Повышение конкурентоспособности компании методами лин-менеджмента.
15. Постановка кадровых процессов в проектно – ориентированной компании.

16. Построение системы логистики в компании
17. Построение системы мотивации персонала инструментами проектирования работы.
18. Проектирование операционной стратегии предприятия.
19. Развитие производственной системы предприятия
20. Разработка стандартов деятельности управленца на предприятии
21. Разработка финансовой модели бизнеса
22. Создание и выведение на рынок нового продукта (услуги)
23. Управление крупными производственными проектами.
24. Управление портфелем проектов.
25. Управление проектом масштабирования бизнеса
26. HR-брендинг и его взаимосвязь с управлением человеческими ресурсами.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «доклад, сообщение»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Доклад (сообщение) представлен(о) на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Доклад (сообщение) представлен(о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Доклад (сообщение) представлен(о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Доклад (сообщение) представлен(о) на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

**3. Практическое (прикладное) задание
(высокий уровень)**

КЕЙС «ТОРГОВЫЙ ПУТЬ ИНАРИ»

Введение. Фармацевт Инна Краюшкина вместе с мужем заинтересовалась Японией в 2009 году. Вместе они в июле 2009 года создали компанию «Торговый путь Инари», которая на протяжении нескольких лет занимается объединением всех, кто заинтересован развитием российско-японских экономических отношений в разных областях, поиском направлений торгово-экономического сотрудничества, а также привлечением инвестиций.

Миссия «Инари» – всесторонне содействовать развитию бизнес-диалога между Россией и Японией, всячески способствовать улучшению добрососедских отношений и взаимопонимания между народами, в полной мере использовать совместные знания РФ (СНГ) и Японии, инновационный потенциал в контексте модернизации российской экономики между российскими бизнес-структурами и представителями деловых кругов Японии для повышения качества жизни и благосостояния обоих народов. Летом 2013 года «Инари» привезла для сети «Азбука вкуса» три десятка квадратных арбузов, цена которых в рознице составила около 30 000 рублей и вызвала бурные обсуждения в СМИ.

Начало сотрудничества с Японией. Инна Краюшкина почти всю свою сознательную жизнь работала в фармбизнесе, так как по образованию она фармацевт. Однажды японцам понадобилась консультация по фармрынку в России. В июле 2009 года супруги Краюшкины приняли первую делегацию – японское подразделение инвестиционного банка HSBC. Япония заинтересовала их как страна. Они начали узнавать про Японию, общаться с японоведами, читать книги, интернет, начали вникать, понимать особенности бизнеса. В этом же 2009 году супруги создали холдинг «Торговый путь Инари». Инари – синтоистская богиня плодородия и торговли. Муж стал управляющим партнёром и генеральным директором холдинга, а Инна – коммерческим директором и главой компании. В компании работало ещё два человека: финансовый директор, он стоял у истоков создания российской биржи, и директор по логистике, который с 80-х годов занимается перевозками. Впоследствии возник ещё пятый учредитель, который курирует фармацевтический департамент. Бюджет на запуск проекта «Торговый путь Инари» составил 2 млн. рублей. Учредители вкладывали в создание компании собственные деньги и занимали у знакомых. Начало работы с Японией было не таким гладким. Во-первых, постоянные проволочки на российско-японской таможне – привычное дело, из-за чего часть продукции может попросту испортиться. Японцы и по сей день удивляются терпению российских бизнесменов при импорте товаров. Во-вторых, постоянные изменения в системе сертификации продукции, особенно косметической, что приводит к задержкам в отгрузке товара и срыву графиков поставок из-за необходимости получения очередного сертификата качества. Инна так вспоминает о первых поставках товара из Японии: «Нам было очень сложно понять, что цены у них выставляются не за штуку, а за коробку. Они не взвешивают фрукты и овощи: есть условная коробка с условным количеством фруктов/овощей, вес которой может немного варьироваться. Так они и грузят... Когда мы подписывали один из первых договоров, мы пытались обговорить допустимый процент брака. Полгода писали им: «Нам нужен брак не больше 2%». Еле-еле утвердили этот пункт, и потом вместе с товаром отдельно пришли и 2% брака, чуть ли не с бантиком. У японцев в принципе нет такого понятия: процент брака»». Первым товаром, который холдинг «Торговый путь Инари» импортировал из Японии, стал элитный чай. «Это был неудачный опыт: дорогим товаром сложно торговать, когда не знаешь специфики рынка, – рассказывает Инна Краюшкина.

– Мы не смогли просчитать объём рынка элитного чая и сегмент именно японского чая. Всё, что могли, – продали, но большая часть осталась». К счастью, это был единственный неудачный проект «Инари». Потом «Торговый путь Инари» наладил поставку японских игрушек, косметики и лекарственных препаратов в Россию, а потом пошли продукты питания: соевый соус, кондитерские изделия. Первые японские фрукты компания завезла в Россию 11 марта 2011 года (в этот же день произошла трагедия на Фукусиме). Продажа была успешной, но потом почти на год «Торговый путь Инари» вынужден был закрыть практически все японские проекты: у потребителей появились резонные опасения по поводу радиации. В ближайшее время холдинг «Торговый путь Инари» планирует привезти в Россию японскую технологию глубокой заморозки и охлаждения продуктов для торговых сетей, производителей продуктов и логистических компаний. Также компания ищет пути поставки в Россию алкогольной продукции sake и слабоалкогольных вин естественного брожения. Логистика и доходы. Основная часть поставок «Инари» осуществляется по железной дороге, но сейчас из-за роста тарифов холдингу приходится сокращать этот канал доставки. Скоропортящиеся товары (фрукты, овощи, снеки, другие продукты со сроком годности два-пять месяцев) «Инари» доставляет в Россию только самолетом. «В Шереметьево в среду днём прилетает товар из Японии, а в два часа ночи он уже растаможен, рассортирован, расфасован по машинам и едет в магазины», – говорит Инна. Остальные товары ввозятся в контейнерах морем. Это самый длительный вариант доставки – два-два с половиной месяца. Доставка товара происходит за счёт покупателя. В основном по предоплате. Ответственность за доставку товара, как правило, берёт на себя японская сторона; ответственность холдинга наступает после того, как он принял товар. Ежемесячный оборот компании «Торговый путь Инари» немного различается от месяца к месяцу и примерно составляет 4-5 млн. рублей.

Квадратные арбузы. Квадратный арбуз был впервые выведен в префектуре Кагава японского острова Сикоку около 30 лет назад. Такая форма была создана фермерами для удобства складирования и хранения арбузов. Это не новый сорт и не продукт генной модификации, а обычный сорт арбузов, которые помещают в стеклянную кубическую форму в определенный период созревания ягоды, и там арбузы растут, принимая необычную для себя форму. На вкусовые параметры арбуза его форма никак не влияет. Вес одного арбуза составляет 6 кг. А размер такой ягоды строго 18 см на 18 см. Фермеры считают, что квадратные арбузы гораздо удобнее транспортировать и хранить, чем круглые. Риск того, что они выкатятся из машины при разгрузке, минимален. Более того, коробки, в которых выращиваются арбузы, такого же размера, как и полки японских холодильников, и готовый продукт легко помещается в холодильник. Фермерам удается вырастить всего 200–400 квадратных арбузов в год (каждый год по-разному). Вырастить такой арбуз весьма проблематично. Фермеры постоянно «присматривают» за арбузами – важно не пропустить момент срезания. «За каждым арбузом ухаживаешь как за ребенком. Следишь, чтобы полосы шли строго по вертикали, чтобы трещин не было. Каждый арбуз нужно проверять по несколько раз в день. Если пропустишь момент срезания, вся работа окажется впустую», – рассказала хозяйка арбузной фермы Хироко Ямасита. В Японии квадратные арбузы завоевали невиданную популярность. По словам местных аграриев, экзотический плод идет нарасхват, несмотря на то, что такой арбуз стоит в четыре раза дороже обычного. Квадратные (кубические) арбузы – это арбузы ручной работы, абсолютно экологически чистые. Конечно же, эти квадратные арбузы предназначены для еды и плюс к этому могут быть идеальным подарком и украшением праздничного стола. На Востоке квадратный арбуз считается идеальным подарком друзьям и близким, а в самой Японии такие плоды так же используются для оформления интерьеров. Арбуз может простоять, не испортившись, до года, поскольку собирают их немного недозрелыми. В России пока более или менее массово выращивать такой продукт никто не собирается – трудно найти рынок сбыта. Холдинг «Торговый путь Инари» сам выступил инициатором ввоза в Россию квадратных арбузов и разослал это предложение в розничные торговые сети. На него откликнулась «Азбука вкуса». Заключение. Поскольку квадратные арбузы – это вообще «разовый» урожай, предлагаемый к продаже лишь раз в году, то, чтобы закупить их, нужно готовиться за год и делать предварительный заказ в Японии. Заранее узнать количество арбузов, которое будет выделено на страну, невозможно. Все зависит от урожая конкретного года. В 2013 году японцы дали на Россию всего 30 арбузов. Цена на них стала «заоблачной» из-за высокой закупочной цены и высоких транспортных расходов. Так, закупочная цена кубических бахчевых – около 30 000 йен (примерно 10 тыс. руб.). Пока продукт дойдет до полки магазина, к оптовой стоимости нужно добавить цену доставки самолетом, таможенные сборы и маржу предпринимателей. Российские потребители весьма скептически отнеслись к появлению на прилавках магазинов торговой сети «Азбука вкуса» подобного товара, хотя интерес к нему проявляли. Несмотря на то, что за лето 2013 года «Азбуке вкуса» удалось из 30 арбузов продать только 19, ее руководство заявило, что все равно не жалеет о затраченных средствах на приобретение столь дорого продукта, надеясь распродать его полностью до Нового года. Более того, «Азбука вкуса» готова и впредь радовать своих клиентов необычными и качественными товарами, в том числе и квадратными арбузами.

Вопросы для решения

1. Определить, почему компания «Торговый путь Инари» образована в форме холдинга? Чем характеризуется данная форма ведения бизнеса?
2. Какие факторы определили успех холдинга «Торговый путь Инари» на российском рынке?
3. Какие риски несет холдинг «Торговый путь Инари», связав свою деятельность с единственной страной-поставщиком Японией?
4. В чем причины неуспеха продаж квадратных арбузов на российском рынке, помимо высокой цены?

5. Почему «Азбука вкуса» не намерена отказываться от закупок квадратных арбузов, хотя их продажи идут медленно?

6. Разработайте комплекс мероприятий для торговой сети «Азбука вкуса» по продвижению квадратных арбузов на российском потребительском рынке, учитывая, что компания практически не имеет возможностей снизить на них цену

КЕЙС «КОМПАНИЯ «PUMA»

Введение. Франц Кош приехал на работу раньше обычного. Сегодня ему предстояло провести несколько важных встреч и переговоров относительно сложившейся ситуации в филиале его компании в Объединенных Арабских Эмиратах. Франц Кош всего год назад занял пост генерального директора всемирно известной компании «Puma» и ранее не сталкивался с подобными проблемами в филиалах. До своего назначения в 2010 году Кош вплотную работал с экс-главой фирмы Йоханом Зейтцем и другими членами совета директоров. Вместе они разрабатывали план развития компании на ближайшие пять лет, который получил название «Снова в атаку». План предусматривал совершенствование деятельности компании Puma по целому ряду направлений, сотрудничество с новыми известными дизайнерами, модельерами и звездами спорта. И вот такая нелепая история, в которой оказался филиал компании в ОАЭ, могла существенно подорвать репутацию компании в странах Восточно-Азиатского региона и нарушить планы развития компании. В офисе Франца Коша уже ждал факс из ОАЭ со статей, озаглавленной «Оскорбительная выходка «Puma». В статье недвусмысленно было написано, что граждане ОАЭ считают оскорбительным носить обувь данной компании, использовавшей цвета национального флага ОАЭ на линии кроссовок, поскольку получается, что человек будет наступать на национальный флаг. В довершение всего, газета разместила фотографию этих кроссовок на передовице. Газета призывала граждан страны к демонстрации против «Puma» на следующий день. Франц Кош вполне осознавал, что необходимо действовать очень быстро, чтобы избежать серьезного конфликта в этой взрывоопасной ситуации. Компания «Puma».

«Puma» вышла на рынок спортивной обуви и одежды в 1948 году, на сегодняшний день она является одним из крупнейших в мире производителей спортивной одежды, обуви и аксессуаров. Компания экипирует национальные футбольные команды Австрии, Украины, Болгарии, Чехии, Египта, Израиля, Латвии, Молдавии, Польши. Все началось в 1924 году в небольшом баварском городке Герцогенаурах, где была основана членами семьи Дасслер фирма под названием «Обувная фабрика братьев Дасслер» («Gebruder Dassler Schuhfabrik»). В семье было два брата Адольф и Рудольф. Первый занимался организацией производства и созданием новых моделей и видов обуви, а на плечах второго лежала задача по сбыту этой продукции. К 1925 году фирма возросла до таких масштабов, что Адольф решает реализовать свою давнюю мечту. Как заядлый игрок в футбол, он придумывает и шивает футбольные бутсы с металлическими шипами, которые выковал для него местный кузнец. Так появилась первая шипованная обувь, впоследствии ставшая довольно популярной. Производство возрастает до такой степени что уже не помещается во дворе, прилежащем к дому семьи. Поэтому в 1927 году арендуется целое здание для фабрики. Штат уже насчитывает 25 сотрудников, а в день производится 100 пар обуви. Позже это здание выкупается семьей Дасслеров, и они переезжают жить в неподалеку стоящий от фабрики маленький домик. Спустя год некоторые спортсмены впервые выступили в обуви «Дасслер» на олимпиаде, которая проходила в Амстердаме. И уже в 1932 году в Лос Анджелесе немцем Артуром Йонатом, обутым в обувь от братьев, завоевывается бронзовая медаль в забеге на 100 метров. А самым успешным годом для компании стал 1936 – на берлинской олимпиаде чернокожим американским бегуном Джесси Оуэном в обуви «Дасслер» было выиграно четыре золотые медали. Во время игр почти каждый второй игрок сборной по футболу был обут в обувь Dassler. Несмотря на победы, понимание между братьями постепенно исчезает. Весной 1948 года братья решили разделить семейное дело на две части. Так Адольф назвал свою компанию «Adidas», а Рудольф выбрал в качестве названия «Puma». Теперь братья стали конкурентами. Это противоборство между

компаниями проявляется и в наши дни. Начав с производства специализированной одежды для спортсменов, к девяностым годам XX века «Puma» стала выпускать стильную одежду для города и отдыха. Сегодня компания поставляет свою продукцию в более чем 80 стран мира. Многие знаменитые спортсмены одержали в экипировке «Puma» свои победы. Но марка интересна не только поклонникам спорта, но и людям, активно интересующимся модой и предпочитающим спортивный стиль в одежде. Для разработки своих коллекций «Puma» привлекает к сотрудничеству модных дизайнеров: Marcel Wanders, Alexander McQueen (линия мужской и женской обуви), Christy Turlington (линия одежды для занятий йогой, коллекция Nuala), а также Jil Sander, Neil Barrett и других. Стиль «Puma» – это движение, танцы, прогулки и отдых. Яркие, нестандартные коллекции «Puma» помогают создать уникальный, ни на что непохожий образ каждому, кто переступит порог магазина спортивного гиганта. В магазинах «Puma» могут одеться не только те, кто неотрывно следит за веяниями моды, но и люди, предпочитающие проверенные временем модели кроссовок, кедров, костюмов и джинсов «Puma». Не переставая следовать за последними тенденциями, бренд «Puma» в своих коллекциях обновляет ретро модели. Любимые покупателями кроссовки «Puma», выполненные с применением новых технологий, сохраняют дизайн и стиль первых и самых популярных моделей прошлых лет. «Puma» придумала и реализовала новый стиль в моде – sportlifestyle – сочетание практичности и спортивного шика.

Объединенные Арабские Эмираты. Объединенные Арабские Эмираты – молодая страна, образованная из семи независимых эмиратов – Абу-Даби, Дубай, Шарджа, Аджман, Умм-Аль-Кувейн, Рас-Аль-Хайма и Фуджейра в 1971 году. Открытие крупных месторождений нефти превратило ОАЭ в современное государство, а удачное расположение вблизи основных транспортных маршрутов, великолепные климатические условия и современные отели с развитой инфраструктурой сделали государство одним из важнейших туристических центров. Государство возглавляется президентом Объединённых Арабских Эмиратов, которым является эмир крупнейшего эмирата Абу-Даби. Столицей Объединённых Арабских Эмиратов также является столица эмирата Абу-Даби город Абу-Даби. Первым президентом ОАЭ был избран шейх Заед Аль Нахайян. Его старший сын шейх Халифа Аль Нахайян был избран на этот пост в ноябре 2004 г. после смерти отца. Принимая бразды правления новой страной, шейх Заед заявил, что направит средства от продажи главного природного богатства – нефти – на преобразование страны и творение блага для ее народа. «Мы построим общество, обеспеченное жильем, питанием, медицинским обслуживанием и образованием», – обещал он жителям рыбацких деревушек и оазисов. Прошедшие годы показали, что эти обещания стали реальностью. ОАЭ стали символом стремительного прогресса во всех областях экономики и социальной сферы, экономически процветающим государством с одним из самых высоких уровней жизни в мире, центром деловой и торговой активности региона Персидского залива и на Ближнем Востоке. Флаг ОАЭ был принят 2 декабря 1971, в этот же день состоялось его первое поднятие. Флаг Объединенных Арабских Эмиратов – три равновеликие горизонтальные полосы (зеленая, белая, черная) с широкой красной вертикальной полосой на стороне флагштока. По отдельности каждый из цветов также имеет свое значение. Красная полоса (по вертикали) напоминает исторический красный флаг Эмиратов. Зеленая символизирует плодородие, белая – нейтралитет, черная – нефтяные богатства. Население ОАЭ – 4,8 млн. человек, подавляющее большинство из которых (80,3 %) – экспатрианты (трудовые мигранты). Коренное население общей численностью 948 тыс. человек (19,7 %) в основном представлено мусульманами-суннитами. Сунниты – последователи наиболее многочисленного направления в исламе. Сунниты делают особый акцент на следовании Сунне пророка Мухаммеда (его поступкам и высказываниям), на верности традиции, на участии общины в выборе своего главы – халифа. ОАЭ – мусульманская страна, живущая по законам шариата.

Инцидент с кроссовками. Осенью 2011 года Puma запустила ограниченную линию обуви, окрашенной в цвета флага Объединенных Арабских Эмиратов. Таким образом компания хотела отметить 40-летие деятельности своего филиала в этой стране. Филиал компании «Puma» в ОАЭ не имел собственного производства. Он являлся лишь представительством транснациональной

компании, получающим товар из других стран, в первую очередь из Германии, и предлагающим его в розничные сети магазинов спортивной одежды, включая несколько собственных фирменных магазинов. В понедельник 28 ноября 2011 года директору компании «Puma» Францу Кошу принесли факс с копией арабской газеты с заголовком на передовице «Оскорбительная выходка «Puma», в которой было сказано, что дизайн кроссовок, производимых компанией, был выполнен в цветах флага Объединенных Арабских Эмиратов. Статья преподносила этот факт как знак глубокого неуважения к стране со стороны транснационального гиганта. Франц Кош немедленно связался с начальником отдела дизайна и попросил всю информацию о дизайне кроссовок. Он знал, что кроссовки принадлежали к среднеценовому диапазону линии спортивной обуви, дизайн которых специально был разработан к юбилею деятельности компании в данной стране. Начальник отдела дизайна доложил, что дизайн кроссовок действительно основан на панарабских цветах, присутствующих на флаге ОАЭ. Панарабскими цветами являются: красный, чёрный, белый и зелёный, которые присутствуют на флагах стран арабского Восстания. Первые три цвета представлены на флагах Египта и Йемена; вместе с зелёным они присутствуют также на флагах Ирака, Иордании, Кувейта, Палестины, Сомалиленда, Судана, Сирии, Объединённых Арабских Эмиратов и Западной Сахары. Данные кроссовки только что поступили в продажу в ОАЭ, и сотрудники компании надеялись, что кроссовки будут пользоваться спросом у местного населения, так как они будут символизировать патриотизм каждого, кто их носит. В другие страны арабского мира данная линия кроссовок никогда не поставлялась. В ходе дня последовали и другие плохие новости. В телефонных звонках в филиал компании в ОАЭ сотрудников угрожали обвинить по статье уголовного кодекса за злонамеренные и предумышленные действия по осквернению государственного флага и оскорблению чувств граждан ОАЭ. По местному телевидению в ОАЭ то и дело показывали различных представителей власти, общественности и бизнеса, высказывающихся по поводу инцидента с кроссовками. Так, Абдулла Амарати, общественный деятель, высказался следующим образом: «Они должны иметь в виду культурные особенности народа ОАЭ. Флаг представляет собой очень священный символ для ОАЭ. Он не может быть тривиальным, как обувь». Ахмед Сей, бизнесмен, добавил, что в то время как в некоторых странах флаг может быть представлен в любой форме, как любой аксессуар, это никогда не будет приемлемо в Объединенных Арабских Эмиратах. «Вы не можете носить флаг вашей страны на ногах. Это просто неуважительно». Рамзи Халаф, арабский эмигрант, работающий в сфере рекламы и маркетинга, сказал, что он был разочарован, что такие крупные международные марки, как «Puma», допускают подобные ошибки. «Крупные бренды должны понять, что они не могут иметь одну идею для всего мира. Каждая область, где они работают, должна иметь индивидуальные решения, особенно здесь, на Ближнем Востоке, где культурные чувства являются ключевыми, нужно быть очень осторожными». Информация о выходе новых кроссовок «Puma», окрашенных в панарабские цвета стала быстро распространяться по другим странам Ближнего Востока (Саудовской Аравии, Катару, Кувейту, Ираку, Ирану), где также была встречена с негодованием. Столь стремительное развитие событий не сулило ничего хорошего. Ситуация становилась все серьезней с каждой минутой, и Франц Кош задумался что же следует предпринять для того, чтобы минимизировать ущерб. Заключение. Менеджмент компании столкнулся с ситуацией, когда ему необходимо срочно разработать стратегию и тактику минимизации возможного экономического ущерба от начинающегося скандала.

Вопросы для решения

1. Выявите риски, с которыми столкнулась компания «Puma», проведите их качественный анализ, оцените степень риска для компании в целом.
2. Сделайте прогноз развития ситуации по трем вариантам: оптимистичному, среднему и пессимистичному.
3. Разработайте график мероприятий по управлению выявленными рисками от инцидента.
4. Наказывать или нет сотрудников отдела дизайна компании «Puma»?

5. Следует ли компании менять свою производственную и сбытовую стратегию (например, выносить производство продукции в те регионы, где планируется ее сбыт)?

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«практическое задание»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Практические задания выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Практические задания выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Практические задания выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Практические задания выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

1. Генерация, поиск и анализ предпринимательских идей
2. Характеристика бизнес-плана предприятия
3. Особенности составления и структурирования отдельных разделов бизнес-плана
4. Виды планов в бизнесе компании
5. Этапы и значение бизнес-планирования
6. Внутрифирменное планирование
7. Бизнес-планирование как основная форма планирования
8. Уровни бизнес-планирования
9. Особенности системы бизнес-планирования в малых и средних компаниях
10. Особенности организации системы планирования бизнеса
11. Использование информационных технологий в системе бизнес-планирования
12. Основные функции бизнес-плана при управлении бизнесом
13. Основные компоненты типового бизнес-плана предприятия
14. Правила анализа внешней и внутренней среды бизнеса
15. Характерные особенности основных разделов типового бизнес-плана
16. Особенности оформления бизнес-плана
17. Виды анализов в бизнес-плане: анализ отрасли, целевого рынка, конкуренции
18. План маркетинга, маркетинговые стратегии
19. Особенности разработки операционного плана
20. Компоненты организационного плана
21. Роль и значение финансового плана
22. Особенности стратегического и инвестиционного планирования.
23. Формирование стратегических целей
24. Особенности инвестиционного плана
25. Основные документы в финансовом планировании
26. Модели в бизнес-планировании
27. Роль и применение управленческого бизнес-плана
28. Формирование общего производственного плана
29. Трудности корректировки управленческого бизнес-плана
30. Рассмотрение бизнес-проекта как инновационного замысла
31. Стандарты в предпринимательской деятельности
32. Цели, принципы и функции финансового менеджмента

33. Гипотеза эффективности рынка. Формы рыночной эффективности: слабая, умеренная, сильная
34. Стратегии управления собственными источниками финансирования, их преимущества
35. Арендное (лизинговое) финансирование: преимущества, недостатки, влияние на устойчивость.
36. Деятельность предпринимателя в условиях риска и неопределенности.
37. Формирования предпринимательского капитала
38. Современные формы предпринимательства
39. Предпринимательские институты и инфраструктура
40. Учет рыночных закономерностей в предпринимательской деятельности
41. Особенности различных рынков в современной экономике

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству промежуточный контроль («зачёт»)

Критерий оценивания	Зачёт
Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы	не зачтено

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)