

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

Первый проректор – проректор по учебной работе



Утверждаю

Е.Е. Чупандина

___.__.2024

Дополнительная образовательная программа
Программа профессиональной переподготовки

«Бакалавр управления бизнесом»

Категория обучающихся: обучающиеся в бакалавриате и специалитете ВГУ

Объем программы: 700 (час.)

Форма обучения: очная с использованием электронного обучения и
дистанционных образовательных технологий

1 Общая характеристика программы

1.1. Целью реализации программы является формирование профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в области управления организацией и приобретения квалификации менеджера.

1.2. Характеристика нового вида профессиональной деятельности

Программа предусматривает профессиональную переподготовку по направлению Менеджмент (укрупненная группа специальностей и направлений подготовки «Экономика и управление»).

Область профессиональной деятельности – организации малого и среднего бизнеса.

Объекты профессиональной деятельности: процессы управления организациями различных организационно-правовых форм.

Виды и задачи профессиональной деятельности: организационно-управленческая деятельность; аналитическая деятельность, предпринимательская.

Задачами профессиональной деятельности являются:

- управление организациями, подразделениями, группами сотрудников, проектами;
- подготовка, обоснование, принятие и управление выполнением управленческих решений;
- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды для принятия управленческих решений;
- анализ существующих форм организации управления хозяйствующим субъектом, разработки и обоснование предложений по их совершенствованию;
- построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организации;
- проведение маркетинговых исследований;
- оценка, выбор, использование информационных технологий и программных продуктов при управлении организацией;
- оценка эффективности управленческих решений.

1.3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения программы выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность создания нового предприятия и обеспечения его эффективного функционирования;
- способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;
- способность осуществлять производственное и организационное планирование при создании нового предприятия;
- способность финансового обоснования управленческих решений;
- способность к компьютерной обработке и анализу информации для формирования управленческих решений.

Результаты освоения образовательной программы профессиональной переподготовки «Бакалавр управления бизнесом» определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате обучения по программе выпускник должен знать:

- виды коммерческих организаций в России, правовое регулирование отношений по созданию и прекращению деятельности коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей;
- теоретические и методические аспекты планирования и организации деятельности предприятия;
- методы организационного, производственного планирования и финансового менеджмента;
- базовые правила грамматики (морфологии и синтаксиса), нормы употребления общей и профессиональной лексики иностранного языка, требований к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры.

В результате обучения по программе выпускник должен уметь:

- оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;
- разрабатывать производственную программу; составлять калькуляцию себестоимости товаров и услуг;
- разрабатывать организационную структуру предприятия;
- применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию;
- осуществлять поиск иноязычной общей и профессионально-ориентированной информации; использовать различные виды диалогической и монологической речи, делать доклады и презентации, составлять аннотации и реферировать тексты на общие и профессионально-ориентированные темы на иностранном языке.

В результате обучения по программе выпускник должен владеть:

- навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);
- навыками поиска, анализа и использования нормативных правовых документов в своей профессиональной деятельности;
- методами организации производства и управления производственными системами, современными тенденциями их развития;
- навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования;
- приемами самостоятельной работы с языковым материалом (лексикой, грамматикой, фонетикой) с использованием справочной, учебной и научной литературы, стратегиями восприятия, анализа, создания устных и письменных текстов разных типов и жанров, в том числе профессионально-ориентированного характера, на иностранном языке.

2 Учебный план

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего, час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практические и лабораторные занятия	самостоятельная работа	
1.	Иностранный язык (всего	436	-	224	212	
	В том числе:					
	1 семестр: Иностранный язык	66	-	34	32	зачёт
	2 семестр: Иностранный язык	68	-	34	34	зачёт
	3 семестр: Иностранный язык	66	-	34	32	зачёт
	4 семестр: Иностранный язык	66	-	32	34	зачёт
	5 семестр: Иностранный язык	68	-	34	34	зачёт
	6 семестр: Иностранный язык	48	-	26	22	зачёт
	7 семестр: Иностранный язык	54	-	30	24	зачёт
2.	Бизнес-практикум «Создание предприятия»	68	17	17	34	зачёт
3.	Бизнес-практикум «Маркетинговое планирование»	68	17	17	34	зачёт
4.	Бизнес-практикум «Производственное и организационное планирование»	48	12	12	24	зачёт
5.	Бизнес-практикум «Финансовое планирование»	60	12	18	30	зачёт
6.	Итоговая аттестация	20	-	-	20	защита проектной работы
7.	Итого	700	58	288	354	

Программа с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Руководитель дополнительной образовательной программы

_____ Г.В. Меняйло

3. Календарный учебный график (для программы длительностью более года)

1-2 семестры

месяцы	сентябрь					октябрь					ноябрь					декабрь					январь				февраль					
недели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	А									Т	Т	Т	Т
месяцы	март					апрель					май					июнь					июль				август					
недели	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2				
	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	А																

3-4 семестры

месяцы	сентябрь					октябрь					ноябрь					декабрь					январь				февраль					
недели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	А									Т	Т	Т	Т
месяцы	март					апрель					май					июнь					июль				август					
недели	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2				
	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	А																

5-6 семестры

месяцы	сентябрь					октябрь					ноябрь					декабрь					январь				февраль					
недели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	А									Т	Т	Т	Т
месяцы	март					апрель					май					июнь					июль				август					
недели	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2				
	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	А																

7 семестр

месяцы	сентябрь					октябрь					ноябрь					декабрь				
недели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	А				И	И		

Т	- Теоретическое обучение
А	- Промежуточная аттестация
И	- Итоговая аттестация

4. Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык»

4.1. Цель: формирование у студентов коммуникативной языковой компетенции, которая состоит из лингвистического, социолингвистического и прагматического компонентов, каждый из которых должен включать в себя определенные знания, умения и навыки.

4.2. Задачи изучения дисциплины:

- формирование этой компетенции в различных видах речевой деятельности как в устной, так и в письменной форме.

- формирование и развитие всех компонентов коммуникативной языковой компетенции:

- лингвистический компонент – усвоение знаний лексики, фонетики и грамматики;

- социолингвистический компонент – формирование знаний правил и норм использования языка в различных типовых ситуациях общего, делового общения и развитие соответствующих навыков, необходимых для повседневного общения, а также для ведения бизнеса, например, речевых правил освоение навыков презентаций, ведения деловых переговоров и неформальных бесед, работы в составе команды, организации рабочего места, деловой переписки, приема деловых партнеров и организации деловых поездок;

- прагматический компонент – выработка умений пользоваться языковыми средствами в определенных функциональных целях, например, построение текста презентации проекта для разных целевых групп: для привлечения клиента и для участия в тендере или составление резюме для различных работодателей, для организации собрания и заседания и т.д.

4.3. Планируемые результаты обучения

Компетенция	Планируемые результаты обучения
способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.	знать: базовые правила грамматики (морфологии и синтаксиса), нормы употребления общей и профессиональной лексики иностранного языка, требований к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры уметь: осуществлять аудирование и понимать основное содержание несложных аутентичных текстов, относящихся к различным типам речи, выделять в них значимую информацию, использовать различные виды чтения для извлечения коммуникативно-значимой и профессионально-ориентированной информации, переводить аутентичные неадаптированные тексты общего и профессионального характера с английского языка на русский со словарем и без словаря, осуществлять поиск иноязычной общей и профессионально-ориентированной информации; использовать различные виды диалогической и монологической речи, делать доклады и презентации, составлять аннотации и реферировать тексты на общие и профессионально-ориентированные темы на иностранном языке владеть: приемами самостоятельной работы с языковым материалом (лексикой, грамматикой, фонетикой) с использованием справочной, учебной и научной литературы, стратегиями восприятия, анализа, создания устных и письменных текстов разных типов и жанров, в том числе профессионально-ориентированного характера, на иностранном языке

4.4. Содержание учебного предмета, курса, дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание раздела	Виды занятий (часов) 1 семестр				
			Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1.1	Организационная структура предприятия	Отделы, подразделения, сектора. Их функции. Международный и отечественный опыт			6	4	10
1.2	Должности, позиции, служебные обязанности	Сравнительный анализ. Международный и отечественный опыт			6	6	12
	Повторение и закрепление пройденного материала				2	2	4
1.3	Теория менеджмента	Международный и отечественный опыт менеджмента			2	2	4
1.4	Менеджмент	Задачи, цели и функции менеджмента			2	2	4
	Повторение и закрепление пройденного материала				2	2	4
1.5	Современный менеджер	Личные и профессиональные качества современного менеджера. Навыки и умения менеджера. 4 роли руководителя. Пять уровней руководства			4	4	8
1.6	Менеджер и/или лидер	Формула лидерства. Стив Кови «7 навыков лидерства». Международный и отечественный опыт. Уровни воздействия лидера			4	4	4
1.7	VUCA мир	Волатильные, неопределенные, непредсказуемые ситуации для менеджера и лидера в современном мире			4	4	8
	Повторение и закрепление пройденного материала				2	2	4
№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание	Виды занятий (часов) 2 семестр				
			Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
2.1	Глобализация	Глобализация. Преимущества и недостатки глобализации. Особенности выхода на зарубежные рынки. Кросс - культурные и правовые аспекты ведения бизнеса на международном уровне, специфика транснациональных корпораций			2	2	4
2.2	Этика в бизнесе	Социальная ответственность			4	4	8

	Социальная ответственность бизнеса, этические стандарты	бизнеса, этические стандарты						
2.3	Этика в бизнесе Кросс – культурные аспекты и этические нормы в международном бизнесе	Кросс - культурные аспекты и этические нормы в международном бизнесе. Этический код транснациональных корпораций			4	4	8	
2.4	Переговоры. Типы переговоров. Качества и навыки переговорщика	Типы переговоров. Качества и навыки переговорщика.			4	4	8	
2.5	Переговоры. Техники ведения переговоров. Кросс - культурные аспекты ведения переговоров	Техники ведения переговоров. Кросс - культурные аспекты ведения переговоров.			4	4	8	
	Повторение и закрепление пройденного материала				4	4	8	
2.6	Международные нормы и стандарты ведения деловой переписки	Виды и стили деловых писем. Международные нормы, стандарты, сокращения.			4	4	8	
2.7	Деловая корреспонденция (письмо-запрос, ответ на письмо-запрос)	Написание деловых писем, письмо – запрос, ответ на запрос			4	4	8	
	Повторение и закрепление пройденного материала				4	4	8	
№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание	Виды занятий (часов) 3 семестр					
			Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего	
3.1	Бренды	Бренды и дженерики. Типы брендов. Преимущества и недостатки брендов. Управление брендами. Кросс-культурные аспекты брендов и торговых марок			6	5	11	
3.2	Реклама	Виды и типы реклам. СМИ. Рекламные агентства. Рекламные кампании. Реклама в глобальном масштабе. Кросс-культурные аспекты рекламы			6	5	11	
	Повторение и закрепление пройденного материала				4	4	8	
3.3	Клиент - сервис	Компоненты Customer Service, вовлеченность потребителей. Анкеты и опросные листы. Система лояльности			2	2	4	
3.4	Клиент – сервис	Обработка жалоб,			2	2	4	

	Обработка жалоб, оформление жалоб и ответов на жалобы	оформление жалоб и ответов на жалобы						
3.5	Маркетинг. Комплекс маркетинга	Комплекс маркетинга (4 Ps, 7 Ps, 4Cs)			2	2	4	
3.6	Введение в маркетинговое планирование. Уровни маркетингового планирования: оперативный и стратегический	Уровни маркетингового планирования: оперативный и стратегический			2	2	4	
3.7	Основные этапы маркетингового планирования, подготовка к маркетинговому планированию	Основные этапы маркетингового планирования, подготовка к маркетинговому планированию			2	2	4	
3.8	Основополагающие принципы маркетинговой деятельности	Основополагающие принципы маркетинговой деятельности			4	4	8	
	Повторение и закрепление пройденного материала				4	4	8	
№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание	Виды занятий (часов) 4 семестр					
			Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего	
4.1	Методика анализа внутренней среды. Техника SWOT-анализа	Факторы среды: анализ внутренней среды (миссия, ресурсы, товарный ассортимент, ценовая политика, распределительная политика, политика продвижения, результаты предыдущей деятельности). SWOT- анализ. SWOT- анализ			4	4	4	
4.2	Методика анализа внешней среды. Техника SWOT-анализа.	Факторы среды: анализ внешней среды. Анализ конкурентов. Политические и экономические факторы			2	3	5	
4.3	Методика анализа внешней среды. PEST-анализ	Демографические тенденции, экономические тенденции, научно-технические тенденции, экологические тенденции, политико-правовые и социально-культурные тенденции			4	4	8	
	Повторение и закрепление пройденного материала				4	4	8	
4.4	Сегментация, отбор целевых сегментов и позиционирование	Выбор рынка, выбор подхода к сегментации, оценка и выбор сегментов			2	2	4	
4.5	Обоснование маркетинговых целей и стратегий	Краткосрочные маркетинговые цели, финансовые краткосрочные			2	2	4	

		цели. Тактики, программы						
4.6	Разработка маркетинговых стратегий и программ Товарная стратегия	Товарная стратегия: характерные особенности товара, качество, упаковка, маркировка, разработка товара			2	2	4	
4.7	Разработка маркетинговых стратегий и программ. Ценовая стратегия	Ценовая стратегия: ценообразование и краткосрочные цели, анализ издержек и безубыточности, восприятие потребителей и спрос, корректировка цен			2	2	4	
4.8	Разработка маркетинговых стратегий и программ. Стратегия распределения	Стратегия распределения: уровни канала распределения, функции канала распределения, логистика			2	3	5	
4.9	Разработка маркетинговых стратегий и программ. Стратегия продвижения	Стратегия продвижения: инструменты продвижения, выбор целевой аудитории, выбор краткосрочной стратегии продвижения.			2	2	4	
4.10	Разработка маркетинговых стратегий и программ. Стратегия поддержки комплекса маркетинга	Стратегия обслуживания потребителей, стратегия внутреннего маркетинга			2	2	4	
	Повторение и закрепление пройденного материала				4	4	8	
№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание	Виды занятий (часов) 5 семестр					
			Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего	
5.1	Международные стандарты разработки бизнес-плана	Стандарт United Nations Industrial Development Organization, проект TACIS Европейского Союза, стандарт Ассоциации KPMG International Cooperative ("KPMG International")			2	2	4	
5.2	Отечественные стандарты разработки бизнес-плана	Стандарт ФФМПП, методика Министерства экономического развития РФ, методика Министерства финансов РФ			2	2	4	
5.3	Основы планирования в организации (коммерческой организации) Роль бизнес - планирования в управлении предприятием	Роль бизнес – планирования в управлении предприятием			2	2	4	
5.4	Цели, объекты и задачи бизнес - планирования	Цели, объекты и задачи бизнес – планирования			2	2	4	

5.5	Отличия бизнес – планирования от стратегического планирования	Отличия бизнес – планирования от стратегического планирования			2	2	4
	Повторение и закрепление пройденного материала				4	4	8
5.6	Бизнес – план: стратегия и тактика развития компании. Международные тактики и стратегии развития компаний	Международные тактики и стратегии развития компаний			2	2	4
5.7	Бизнес – план: стратегия и тактика развития компании. Отечественные тактики и стратегии развития компаний	Отечественные тактики и стратегии развития компаний			2	2	4
5.8	Бизнес-планирование: методические рекомендации, примеры реализации теоретических положений	Бизнес-планирование: методические рекомендации, примеры реализации теоретических положений			6	6	12
5.9	Структура бизнес-плана. Резюме, бизнес идея, миссия и цели, описание продукта и/или услуги, маркетинговый анализ, маркетинговый план, производственный план, организационный план, оценка рисков, финансовый план	Резюме, бизнес идея, миссия и цели, описание продукта и/или услуги, маркетинговый анализ, маркетинговый план, производственный план, организационный план, оценка рисков, финансовый план			6	6	12
	Повторение и закрепление пройденного материала				4	4	8
№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание	Виды занятий (часов) 6 семестр				
			Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
6.1	Выбор сферы деятельности	Выбор сферы деятельности.			2	2	4
6.2	Анализ внешних условий осуществления предпринимательской деятельности	Анализ внешних условий осуществления предпринимательской деятельности			4	2	6
6.3	Оценка рыночных возможностей при поиске и выборе бизнес - идей	Оценка рыночных возможностей при поиске и выборе бизнес – идей			2	2	4
6.4	Методы, подходы и	Методы, подходы и критерии к			2	2	4

	критерии к выбору бизнес - идеи	выбору бизнес – идеи						
	Повторение и закрепление пройденного материала				2	2	4	
6.5	Планирование деятельности нового предприятия	Определение целей и миссии предприятия			2	2	4	
6.6	Технико-экономическое обоснование создания предприятия	Технико-экономическое обоснование создания предприятия			2	2	4	
6.7	Идентификация и оценка рисков в деятельности предприятия	Идентификация и оценка рисков в деятельности предприятия			2	2	4	
6.8	Страхование и финансирование деятельности предприятия	Страхование и финансирование деятельности предприятия			2	2	4	
6.9	Методы оценки эффективности деятельности предприятия	Методы оценки эффективности деятельности предприятия			2	2	4	
	Повторение и закрепление пройденного материала				4	2	6	
№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание	Виды занятий (часов) 7 семестр					
			Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего	
7.1	Бизнес идея проекта Миссия и цели проекта	Научное руководство			2	2	4	
7.2	Описание продукта/услуги проекта	Научное руководство			2	3	5	
7.3	Маркетинг анализ проекта Маркетинг план проекта	Научное руководство			4	4	8	
7.4	Производственный план проекта	Научное руководство			2	3	5	
7.5	Организационный план проекта	Научное руководство			2	2	4	
7.6	Оценка рисков проекта Финансовый план проекта	Научное руководство			4	2	6	
7.7	Резюме проекта Аннотация проекта	Научное руководство			4	2	6	
7.8	Доклад (презентация) проекта	Научное руководство			4	2	6	
7.9	PowerPoint (презентация) к защите проекта	Научное руководство			2	4	6	
7.10	Предзащита проекта	Научное руководство			4		4	

	Итого			224	212	436
--	-------	--	--	-----	-----	-----

4.5. Учебно-методическое обеспечение учебного предмета, курса, дисциплины (модуля)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Чикилева Л.С., Матвеева И.В. English for Students of Economics. - М.: Курс; ИНФРА-М, 2012. - 159 с.
2.	Cotton D., Falvey D., Kent S. Market Leader: Course Book: Elementary. – Harlow: Longman, 2008. – 160 p.
3.	Eastwood J. Oxford Practice Grammar: Intermediate: With tests. - Oxford: University Press, 2013. – 439 p.
4.	Grant D., Hughes J., Turner R. Business Result: Student's Book: Elementary. - Oxford: University Press, 2013. – 127 p.
5.	Grant D., Hudson J. Business Result: Student's Book: Pre-Intermediate. - Oxford: University Press, 2013. – 127 p.
6.	Murphy R. Essential Grammar in Use: A self-study reference and practice book for elementary students of English. – Cambridge: University Press, 2007. – 319 p.
7.	Murphy R. Essential Grammar in Use: A self-study reference and practice book for intermediate students of English. – Cambridge: University Press, 2007. – 379 p.
8.	Richards J.C., Bohlke D. Speak Now 2: Communicate with Confidence. – Oxford: University Press, 2016. – 121.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
9.	Jones L. Welcome! English for the travel and tourism industry: Student's Book: Intermediate. - 2 nd ed. – Cambridge: University Press, 2011. – 126 p. – (Professional English)
10.	O'Hara F. Be My Guest: English for the Hotel Industry: Student's Book. – Cambridge: University Press, 2013. – 112 p.
11.	Stott T., Revell R. Highly Recommended 1: English for the hotel and catering industry: Student's Book: Pre-Intermediate. – New ed. – Oxford: University Press, 2012. – 111p.
12.	Stott T., Alison P.. Highly Recommended 2: English for the hotel and catering industry: Student's Book: Intermediate. – Oxford: University Press, 2014. – 111p.
13.	Wyatt R. Check Your English Vocabulary for Leisure, Travel and Tourism: A workbook for students. – 2 nd Ed. – London: A & C Black, 2010. – 76 p.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет):

№ п/п	Ресурс
14.	Полнотекстовая база «Университетская библиотека» – образовательный ресурс. – <UPL: http://www.biblioclub.ru >.
15.	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – (http // www.lib.vsu.ru/)
16.	http://www.lib.vsu.ru/cgi-bin/zgate?present+18958+14+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus
17.	http://www.lib.vsu.ru/cgi-bin/zgate?present+18958+15+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus
18.	http://www.lib.vsu.ru/cgi-bin/zgate?present+18958+16+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus
19.	http://www.lib.vsu.ru/cgi-bin/zgate?present+18958+25+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus
20.	http://www.lib.vsu.ru/cgi-bin/zgate?present+18958+26+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus
21.	http://www.lib.vsu.ru/cgi-bin/zgate?present+18958+27+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus
22.	eLIBRARY.RU - научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elibrary.ru , свободный. – Загл. с экрана;
23.	http://www.pprog.ru

4.6. Материально-технические условия реализации учебного предмета, курса, дисциплины (модуля) и общие требования к организации образовательного процесса

- аудитории и компьютерные классы, оснащенные всем необходимым оборудованием, включенным в компьютерную сеть университета;
- высокоскоростной канал доступа в интернет;

- учебная литература, имеющаяся в ЗНБ ВГУ, доступ к электронным библиотечным системам (<https://lib.vsu.ru/>).

4.7. Оценочные материалы и критерии оценки текущей и промежуточной аттестации по учебному предмету, курсу, дисциплине (модулю)

Оценочные материалы

1 семестр
Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий/проектов
<ol style="list-style-type: none"> 1. Задачи, цели и функции менеджмента 2. Личные и профессиональные качества современного менеджера. 3. Навыки и умения менеджера. 4. Четыре роли руководителя. 5. Пять уровней руководства. 6. Формула лидерства. 7. Стив Кови «7 навыков лидерства». 8. Волантильные, неопределенные, непредсказуемые ситуации для менеджера и лидера в современном мире.
2 семестр
Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий/проектов
<ol style="list-style-type: none"> 1. Преимущества и недостатки глобализации. 2. Особенности выхода на зарубежные рынки. 3. Кросс - культурные и правовые аспекты ведения бизнеса на международном уровне. 4. Специфика транснациональных корпораций. 5. Социальная ответственность бизнеса. 6. Этические стандарты ведения бизнеса. 7. Кросс - культурные аспекты и этические нормы в международном бизнесе. 8. Этический код транснациональных корпораций. 9. Типы переговоров. Качества и навыки переговорщика. 10. Техники ведения переговоров. Кросс - культурные аспекты ведения переговоров.
3 семестр
Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий/проектов
<ol style="list-style-type: none"> 1. Бренды и дженерики. Типы брендов. Преимущества и недостатки брендов. 2. Кросс-культурные аспекты брендов и торговых марок. 3. Реклама в глобальном масштабе. 4. Кросс-культурные аспекты рекламы. 5. Компоненты Customer Service. 6. Система лояльности. 7. Комплекс маркетинга (4 Ps, 7 Ps, 4Cs). 8. Уровни маркетингового планирования. 9. Основные этапы маркетингового планирования, подготовка к маркетинговому планированию. 10. Основополагающие принципы маркетинговой деятельности.
4 семестр
Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий/проектов
<ol style="list-style-type: none"> 1. Факторы среды: анализ внутренней среды. 2. Факторы среды: анализ внешней среды. 3. Демографические тенденции, экономические тенденции, научно-технические тенденции, экологические тенденции, политико-правовые и социально-культурные тенденции. 4. Выбор рынка, выбор подхода к сегментации, оценка и выбор сегментов. 5. Краткосрочные маркетинговые цели, финансовые краткосрочные цели. Тактики, программы. 6. Ценовая стратегия: ценообразование и краткосрочные цели, анализ издержек и

<p>безубыточности, восприятие потребителей и спрос, корректировка цен.</p> <p>7. Стратегия распределения: уровни канала распределения, функции канала распределения, логистика.</p> <p>8. Стратегия продвижения: инструменты продвижения, выбор целевой аудитории, выбор краткосрочной стратегии продвижения.</p> <p>9. Стратегия обслуживания потребителей, стратегия внутреннего маркетинга.</p>
5 семестр
Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий/проектов
<p>1. Стандарт United Nations Industrial Development Organization, проект TACIS Европейского Союза, стандарт Ассоциации KMPG International Cooperative (“ KMPG International”).</p> <p>2. Роль бизнес – планирования в управлении предприятием.</p> <p>3. Отличия бизнес – планирования от стратегического планирования.</p> <p>4. Международные тактики и стратегии развития компаний.</p> <p>5. Отечественные тактики и стратегии развития компаний.</p> <p>6. Бизнес-планирование: методические рекомендации, примеры реализации теоретических положений.</p>
6 семестр
Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий/проектов
<p>1. Анализ внешних условий осуществления предпринимательской деятельности</p> <p>2. Оценка рыночных возможностей при поиске и выборе бизнес – идей.</p> <p>3. Методы, подходы и критерии к выбору бизнес – идеи.</p> <p>4. Определение целей и миссии предприятия.</p> <p>5. Техничко-экономическое обоснование создания предприятия.</p> <p>6. Идентификация и оценка рисков в деятельности предприятия.</p> <p>7. Страхование и финансирование деятельности предприятия.</p> <p>8. Методы оценки эффективности деятельности предприятия.</p>
7 семестр
Темы индивидуальных проектов
<p>1. Разработка бизнес-плана организации (на примере ИП)</p> <p>2. Разработка бизнес-плана организации (на примере ООО)</p> <p>3. Разработка бизнес-плана организации (плательщик НПД)</p>

Критерии оценки

Критерии оценки	
1-6 семестры	
“зачет”	<p>Студент в целом справился с поставленными речевыми задачами. Его высказывание было связным и логически последовательным. Диапазон используемых языковых средств достаточно широк. Языковые средства были правильно употреблены, практически отсутствовали ошибки, нарушающие коммуникацию, или они были незначительны. Наблюдалась легкость речи и достаточно правильное произношение. Речь была эмоционально окрашена, в ней имели место не только передача отдельных фактов (отдельной информации), но и элементы их оценки, выражения собственного мнения.</p>
“незачет”	<p>Студент частично справился с решением коммуникативной задачи. Высказывание было небольшим по объему. Наблюдалась узость словарного запаса. Отсутствовали элементы собственной оценки. Обучающийся допускал большое количество ошибок, как языковых, так и фонетических. Многие ошибки мешали восприятию и нарушали общение, в результате чего возникало непонимание между речевыми партнерами и аудиторией.</p>

Критерии оценки	
7 семестр	
"отлично"	Тема ясно определена и пояснена. Текст/сообщение хорошо структурированы. Все мысли выражены ясно, логично, последовательно, аргументировано. Автор владеет культурой общения с аудиторией. Работа/сообщение вызывает большой интерес. Автор свободно и аргументировано отвечает на вопросы. В речи отсутствуют ошибки. Широко используются средства логической связи.
"хорошо"	Тема ясно определена и пояснена. Текст/сообщение хорошо структурированы. Все мысли выражены ясно, логично, последовательно, аргументировано. Работа/сообщение вызывает некоторый интерес. Автор свободно отвечает на вопросы. В речи отсутствуют грубые ошибки, искажающие смысл. В целом используются средства логической связи.
"удовлетворительно"	Продемонстрированы навыки оформления проектной работы и пояснительной записки, а также подготовки простой презентации. Автор отвечает на вопросы. В речи присутствуют ошибки. Иногда используются средства логической связи.
"неудовлетворительно"	Навыки оформления проектной работы и пояснительной записки не продемонстрированы. Автор не отвечает на вопросы. В речи присутствуют ошибки, в том числе искажающие смысл. Средства логической связи отсутствуют.

4.8. Автор (авторы) учебного предмета, курса, дисциплины (модуля)

Преподаватель Бизнес-школы _____

Н.В. Стоумова

5. Рабочая программа дисциплины «Бизнес-практикум: создание предприятия»

5.1. Цель: формирование компетенции по созданию нового предприятия и обеспечению его эффективного функционирования.

5.2. Задачи изучения дисциплины

- формирование представлений об особенностях процесса создания предприятия;
- изучение рыночных возможностей при поиске и выборе бизнес-идеи создания предприятия;
- ознакомление с организацией планирования при реализации и продвижении бизнес-идеи;
- выработка практических навыков в вопросах создания предприятия и планирования его деятельности;
- изучение понятия, видов коммерческих организаций в России,
- формирование представлений о правовом регулировании отношений по созданию и прекращению деятельности коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей, о практике реализации соответствующего законодательства.

5.3. Планируемые результаты обучения

Компетенция	Планируемые результаты обучения
способность создания нового предприятия и обеспечения его эффективного функционирования.	<p>знать: виды коммерческих организаций в России, правовое регулировании отношений по созданию и прекращению деятельности коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей; теоретические и методические аспекты планирования и организации деятельности предприятия.</p> <p>уметь: оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;</p> <p>владеть: навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов; навыками поиска, анализа и использования нормативных правовых документов в своей профессиональной деятельности.</p>

5.4. Содержание учебного предмета, курса, дисциплины (модуля)

№ п / п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Виды занятий (часов)			
			Лекции	Практические	Самостоятельная работа	Всего
	1 МОДУЛЬ	Правовой аспект				
1	Понятие и виды юридических лиц	Юридическое лицо: понятие, признаки. Коммерческие и некоммерческие организации. Корпоративные и унитарные юридические лица. Правоспособность и дееспособность юридического лица. Органы юридического лица. Аффилированность. Наименование, место нахождения и адрес юридического лица. Филиалы и представительства юридического лица. Индивидуальное предпринимательство.	3	3	6	12
2	Создание и прекращение юридического лица	Решение об учреждении юридического лица. Учредительные документы юридического лица. Государственная регистрация юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Реорганизация и ликвидация юридического лица. Банкротство юридического лица.	3	3	6	12
3	Общая характеристика организационно-правовых форм коммерческих организаций	Хозяйственные общества и товарищества. Производственные кооперативы. Государственные и муниципальные унитарные предприятия. Крестьянское (фермерское) хозяйство.	2	3	6	11
	2 МОДУЛЬ	ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ				
4	Обоснование бизнес-идеи создания предприятия	Выбор сферы деятельности. Анализ внешних условий осуществления предпринимательской деятельности. Оценка рыночных возможностей при поиске и выборе бизнес-идеи. Методы, подходы и критерии к выбору бизнес-идеи.	3	3	6	12
5	Планирование деятельности нового предприятия	Реализация и продвижение бизнес-идеи. Определение целей и миссии предприятия.	3	3	6	12
6	Исследование	Исследование сегмента потребителей.			4	9

	<i>потребительского спроса</i>	Составление анкеты и проведение анкетирования	3	2		
	Итого		17	17	34	68

5.5. Учебно-методическое обеспечение учебного предмета, курса, дисциплины (модуля)

а) основная литература

№ п/п	Источник
1	Бизнес-планирование на предприятии : учебное пособие / А.В. Башкирцев, Л.Ш. Салихова, В.В. Авилова, Е.Н. Парфирьева ; Министерство образования и науки РФ ; Казанский национальный исследовательский технологический университет .— Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет, 2017 .— 160 с. <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500494 >.
2	Гражданское право : учебник : в 2 томах / под ред. Б. М. Гонгало. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Статут, 2018. – Том 1. – 528 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497227 .
3	Гражданское право : учебник : в 2 томах / под ред. Б. М. Гонгало. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Статут, 2018. – Том 2. – 560 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497228 .
4	Корпоративное право : учебник / отв. ред. И. С. Шиткина ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Юридический факультет. – Москва : Статут, 2018. – 736 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563845 .
5	Руденко, Л. Г. Планирование и проектирование организаций: учебник / Л.Г. Руденко .— Москва : Дашков и К°, 2019 .— 240 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
6	Андреев В. К. Корпоративное право современной России : монография / В.К. Андреев, В.А. Лаптев ; Верховный Суд Рос. Федерации ; Рос. гос. ун-т правосудия .— 2-е изд. — Москва : Проспект, 2018 .— 348 с.
7	Гражданское право: учебник : с учетом новой редакции Гражданского кодекса РФ (Федеральных законов № 223-ФЗ, 245-ФЗ, 251-ФЗ) / [С.С. Алексеев и др.]; Ин-т частного права ; под общ. ред.: С.С. Алексеева, С.А. Степанова .— 4-е изд. — Москва ; Екатеринбург : Проспект : Институт частного права, 2020 .— 434 с.
8	Гладких М.О. Бизнес-планирование : учебное пособие / М. О. Гладких, А. Ю. Кособуцкая; [научный редактор А. Ю. Кособуцкая] .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2019 .— 309 с
9	Корпоративное право. Актуальные проблемы теории и практики : [учебное пособие для студ. вузов, обучающихся по юрид. направлениям и специальностям] / под общ. ред. В.А. Белова .— 2-е изд., стер. — М.: Юрайт, 2017 .— 551 с.
10	Учебно-методическое пособие по написанию и защите проектной работы "Бизнес-план" как формы итоговой аттестации : для обучающихся по программе "Бакалавр управления бизнесом" : обучающимся по программе профессиональной переподготовки "Бакалавр управления бизнесом" (ВВА) / сост. Г. В. Меняйло, Н. В. Сидорова .— Воронеж : Экономический факультет Воронежского государственного университета, 2016 .— 49 с. <URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m16-220.pdf >.
11	Франовская, Г.Н.. Основы предпринимательства: учебное пособие для бакалавриата / Г.Н. Франовская, И.Ф. Мальцева, А.Н. Скорнякова ; Воронеж. гос. ун-т ; [под ред. Ю.В. Вертаковой] .— Воронеж : Истоки, 2020 .— 252 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
6	Образовательный портал «Электронный университет ВГУ»/LMS Moodle. https://edu.vsu.ru/
7	Бизнес-практикум: оздание предприятия https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=8611
8	ЭБС"Университетская библиотека online" http://biblioclub.ru/
9	ЭБС"Лань" https://e.lanbook.com/
11	Электронно-библиотечная система (ЭБС) ВГУ https://lib.vsu.ru/?p=4&t=8b
12	ЭБС"Консультант студента" http://www.studmedlib.ru

5.6. Материально-технические условия реализации учебного предмета, курса, дисциплины (модуля) и общие требования к организации образовательного процесса

- аудитории и компьютерные классы, оснащенные всем необходимым оборудованием, включенным в компьютерную сеть университета;
- высокоскоростной канал доступа в интернет;
- учебная литература, имеющаяся в ЗНБ ВГУ, доступ к электронным библиотечным системам (<https://lib.vsu.ru/>).

5.7. Оценочные материалы и критерии оценки текущей и промежуточной аттестации по учебному предмету, курсу, дисциплине (модулю)

5.7.1 Текущий контроль успеваемости осуществляется с помощью следующих оценочных средств: тесты и ситуационные задачи.

1 МОДУЛЬ. ПРАВОВОЙ АСПЕКТ

Тестовые задания по Разделу 1 (выполнять по Гражданскому кодексу РФ).

1. Какие функции осуществляет филиал юридического лица?
 - a) филиал является самостоятельным юридическим лицом
 - b) филиал осуществляет ограниченные функции юридического лица
 - c) филиал осуществляет все или определенные функции юридического лица, включая и функции представительства
 - d) филиал представляет интересы юридического лица и осуществляет их защиту
2. Лицо, постоянно и самостоятельно представляющее от имени предпринимателей при заключении ими договоров в сфере предпринимательской деятельности, именуется:
 - a) законным представителем
 - b) предпринимателем
 - c) коммерческим представителем
 - d) душеприказчиком
3. Какой субъект в данном перечне не относится к коммерческим юридическим лицам:
 - a) фонд
 - b) артель
 - c) хозяйственное товарищество
4. Обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения, которое представляет интересы юридического лица и осуществляет их защиту, называется:
 - a) филиал
 - b) представительство
5. Какая процедура из данного перечня не относится к реорганизации юридического лица:
 - a) слияние,
 - b) присоединение,
 - c) обособление
6. Могут ли создаваться в России коммандитные товарищества:
 - a) да
 - b) нет
7. Фонд – организация:
 - a) коммерческая
 - b) некоммерческая
8. Если в силу преобладающего участия в уставном капитале, либо в соответствии с заключенным договором, либо иным образом одно хозяйственное общество определяет решение другого общества, то это общество называется:
 - a) дочерним
 - b) зависимым
9. Наличие между юридическими лицами отношений связанности называется:
 - a) аффилированность
 - b) взаимность
10. Наименование некоммерческой организации:
 - a) должно содержать указание на характер деятельности юридического лица.
 - b) может содержать указание на характер деятельности юридического лица.
11. Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией:
 - a) должно иметь фирменное наименование.

- b) вправе иметь фирменное наименование.
12. Представительства и филиалы:
- a) не являются юридическими лицами
b) являются юридическими лицами
13. Входит ли в содержание правоспособности граждан право создавать юридические лица:
- a) да
b) нет
14. К юридическим лицам, на имущество которых их учредители имеют вещные права, не относятся:
- a) государственные и муниципальные унитарные предприятия
b) учреждения
c) производственные кооперативы
15. Крестьянское (фермерское) хозяйство:
- a) коммерческая организация
b) некоммерческая организация
16. Приведите пример юридического лица:
коммерческое, корпорация _____
некоммерческое, корпорация _____
коммерческое, унитарное _____
некоммерческое, унитарное _____
17. Охарактеризуйте товарищество собственников с точки зрения видов юридических лиц:
- _____
18. Приведите пример коммерческого юридического лица _____
19. Приведите пример некоммерческого юридического лица _____
20. Порядок образования и компетенция органов юридического лица определяются:
- a) законом и учредительным документом
b) законом
c) учредительным договором
21. Соглашение об устранении или ограничении ответственности лица, имеющего фактическую возможность определять действия юридического лица:
- a) возможны
b) ничтожны
22. Юридические лица, учредители которых обладают правом участия (членства) в них и формируют их высший орган являются:
- a) корпоративными юридическими лицами
b) хозяйственными обществами

Критерии оценок результатов тестирования:

Оценка «зачет» выставляется, если при прохождении тестирования обучающимся правильно даны ответы на не менее 50% тестовых заданий.

Оценка «незачет» выставляется, если при прохождении тестирования обучающимся правильно даны ответы на менее 50% тестовых заданий.

Примерные ситуационные задачи по Разделу 2 (выполнять по Гражданскому кодексу РФ).

1. В процессе регистрации ООО «Заря» регистрирующий орган указал, что в уставе отсутствует сокращенное фирменное наименование общества и сведения о порядке перехода доли или части доли в уставном капитале общества к другому лицу. Должны ли эти сведения быть включены в Устав ООО?

2. При регистрации ООО заявлен уставный капитал 10000 рублей. У ООО два учредителя. Один учредитель оплатил долю полностью, а другой по договору между ними должен был оплатить не позднее, чем через 2 года с момента государственной регистрации общества. Допущены ли нарушения законодательства?

3. Участник ООО решил продать свою долю в уставном капитале общества другому участнику. В Уставе ООО закреплено, что нужно согласие других участников общества на совершение такой сделки. Правомерно ли положение Устава ООО о необходимости получения такого согласия?

4. В регистрирующий орган обратилась гражданка Никольская с заявлением о регистрации ее в качестве индивидуального предпринимателя, занимающегося предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. Свою просьбу она мотивировала тем, что одну из комнат в своей двухкомнатной квартире периодически сдает студентам заочного отделения близлежащего института, приезжающим на сессию. Представитель регистрирующего органа не принял заявление гражданки Никольской, пояснив, что необходимости в регистрации в

качестве индивидуального предпринимателя у нее нет, поскольку осуществляемая ею деятельность не носит систематического характера и не является предпринимательской в соответствии с абз. 3 п. 1 ст. 2 Гражданского кодекса РФ. По его мнению, гражданка Никольская должна ежегодно подавать декларацию о доходах, в которой указывать свой дополнительный доход и уплачивать налог на доходы.

Гражданка Никольская обратилась к руководителю регистрирующего органа с просьбой разъяснить, должна ли она быть зарегистрирована в качестве индивидуального предпринимателя, занимающегося предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

Каковы признаки предпринимательской деятельности?

Является ли деятельность гражданки Никольской предпринимательской?

Правильно ли поступил представитель регистрирующего органа?

5. В заключении договора полного товарищества участвовало физическое лицо, признанное впоследствии судом недееспособным. Каковы юридические последствия оформления учредительного документа товарищества для юридического лица и остальных участников (полных товарищей)?

6. Учредителями ООО «Комета Галлея» являются: юридическое лицо ООО «Сомнамбула» (доля в уставном капитале составляет 90%); 10 физических лиц – (доля в уставном капитале каждого – 1%). После того, как физические лица бойкотировали участие в общем собрании, генеральный директор ООО «Сомнамбула» провел общее собрание ООО «Комета Галлея» единолично. На нем он принял решения:

об исключении из состава участников ООО «Комета Галлея» Суслина за деятельность, затрудняющую функционирование общества,

об открытии филиала общества в другом субъекте РФ,

отстранил от исполнения обязанностей генерального директора ООО «Комета Галлея»

Сметанина и назначил на эту должность себя.

Прокомментируйте ситуацию.

7. Индивидуальный предприниматель Крымов - один из участников полного товарищества по торговле недвижимостью решил расширить свое дело, организовав еще одно предприятие в форме товарищества на вере. Найдя заинтересованную фирму Крымов предложил ей в новом предприятии роль полного товарища, сохранив за собой статус вкладчика. В учредительном договоре товарищества было предусмотрено, что руководить им будет сам Крымов в качестве директора. Поскольку доля Крымова в складочном капитале составляет 80%, предприятие получило название Командитное товарищество Крымов и компания. Вскоре после регистрации предприятия второй его участник попытался отстранить Крымова от руководства фирмой на том основании, что будучи вкладчиком Крымов мог бы руководить товариществом на вере лишь на основе доверенности, которая ему не выдавалась. На это Крымов заявил, что ему как органу юридического лица директору доверенность на совершение сделки от имени товарищества не требуется.

Возникший спор был вынесен на разрешение третейского суда. Выступая в роли арбитра, рассмотрите доводы сторон и вынесите решение.

8. Индивидуальный предприниматель Иванов решил организовать предприятие в форме товарищества на вере. Найдя заинтересованную фирму, Иванов предложил ей в новом предприятии роль полного товарища, сохранив за собой статус вкладчика. В учредительном договоре товарищества было предусмотрено, что руководить им будет сам Иванов в качестве директора. Поскольку доля Иванова в складочном капитале составила 90%, предприятие получило название «Командитное товарищество «Иванов и компания». Вскоре после регистрации предприятия второй его участник попытался отстранить Иванова от руководства фирмой на том основании, что, будучи вкладчиком, Иванов мог бы руководить товариществом на вере лишь на основе доверенности, которая ему не выдавалась. На это Иванов заявил, что ему как органу юридического лица - директору - доверенность на совершение сделок от имени товарищества не требуется. Разберите доводы сторон и решите дело. Дайте понятие органа юридического лица. Какую роль в осуществлении дееспособности юридического лица играют его органы?

9. У акционера 100 акций. В течение трех месяцев с момента государственной регистрации общества он оплатил 50 % акций. Через 5 месяцев после создания общества проводится общее собрание акционеров. Может ли акционер голосовать 50 акциями, или каждая из принадлежащих ему 50 акций является оплаченной лишь на 50 %?

Критерии оценок:

Оценка	Критерий оценки
Зачтено	Задача решена правильно: аргументированно, со ссылкой на теоретические положения, нормы законодательства, с использованием правоприменительной практики.

Не зачтено	Задача решена неправильно: аргументирована частично, без ссылок на теоретические положения, нормы законодательства, без использования правоприменительной практики.
------------	---

Примерные ситуационные задачи по Разделу 3 (выполнять по Гражданскому кодексу РФ).

1. В арбитражный суд с иском заявлением об исключении из числа участников ООО «Ария» гр. Гусева в связи с нарушением обязанностей участника общества, обратился гр. Иванов. Установлено, что гр. Гусев является директором данного ООО «Ария». Истцом были предоставлены многочисленные доказательства того, что деятельность ответчика как директора наносит ущерб интересам общества. Какое решение должен принять суд?

2. Граждане К., Н., Р – участники ООО с долями 9,8, и 7 процентов соответственно заявили о выходе из участников ООО и просили выделить причитающиеся им доли в натуре, а именно, нежилое помещение и провести экспертизу по определению рыночной цены данного здания. Общество отказало в выдаче имущества в натуре. Оцените правомерность отказа.

3. Гр. Смирнова обратилась с иском к ООО о выплате ежегодных дивидендов. Установлено, что гр. Смирнова являлась наследницей доли в уставном капитале ООО и вступила в права наследства. Суд общей юрисдикции отказал в удовлетворении иска по причине отсутствия доказательств того, что истица является участником данного ООО. Оцените правомерность отказа.

4. Гражданин К. обратился в суд с иском к гражданину Коврижных об исключении последнего из состава участников ООО «А». Исковые требования основаны на том, что гр. Коврижных, владеющий долей в уставном капитале ООО в размере 32%, не исполняет свои обязанности участника ООО, грубо нарушает права других участников ООО. При рассмотрении иска судом было выявлено, что гр. Коврижных, утратил статус участника ООО в результате отчуждения принадлежащей ему доли по договору дарения гражданке Коврижных. Общество было уведомлено о сделке на общем собрании ООО от 05.05.2010 г. При этом, впоследствии собрание участников ООО от 05.05.2005 было признано недействительным из-за отсутствия кворума в судебном порядке. Какое решение должен принять суд по данному иску?

5. Участник полного товарищества А. обратился с иском в суд об исключении из числа полных товарищей В. по причине осуществления последним деятельности однородной с деятельностью товарищества. Участник В. Возражал о своем исключении, мотивируя тем, что благодаря его деятельности удовлетворяются требования кредиторов товарищества. Какое решение должен принять суд?

6. На собрании членов коммандитного товарищества «Торговый дом Степанчука» обсуждалось предложение о его преобразовании в некоммерческое партнерство. Обладающий статусом полного товарища Грошев выразил сомнение в том, что этот вопрос может быть решен в отсутствие коммандитистов и без уведомления контрагентов товарищества.

7. Бизнес проекты индивидуального предпринимателя Коптевой завершились для неудачно. Будучи не в состоянии вернуть кредит, полученный в банке, Коптева приняла решение прекратить предпринимательскую деятельность. Коптева подала в регистрирующий орган заявление о государственной регистрации прекращения ею предпринимательской деятельности. В каком порядке будет прекращен её статус как индивидуального предпринимателя?

Критерии оценок:

Оценка	Критерий оценки
Зачтено	Задача решена правильно: аргументированно, со ссылкой на теоретические положения, нормы законодательства, с использованием правоприменительной практики.
Не зачтено	Задача решена неправильно: аргументирована частично, без ссылок на теоретические положения, нормы законодательства, без использования правоприменительной практики.

2 МОДУЛЬ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Тематика докладов (по выбору слушателя)

1. Внешние условия осуществления предпринимательской деятельности: методы анализа.
2. Основные составляющие и типы внешней среды.
 1. Оценка рыночных возможностей при поиске и выборе бизнес-идеи.
3. Маркетинговый план: содержание и порядок разработки

4. Источники бизнес идей.
5. План сбыта: содержание и порядок разработки
6. Критерии выбора бизнес-идеи.
7. Выявление ключевых факторов успеха предприятия
8. Основные разделы бизнес-плана.
9. Определение видения и миссии предприятия.
10. Реализация и продвижение бизнес-идеи.
11. Формирование целей предприятия. Классификация и критерии качества поставленных целей.
12. Критерии выбора бизнес-идеи.
13. Оценка рыночных возможностей при поиске и выборе бизнес-идеи.
14. Цели и основные функции бизнес-плана.
15. Реализация и продвижение бизнес-идеи.
16. Критерии выбора бизнес-идеи.

5.7.2. Промежуточная аттестация осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

1 МОДУЛЬ. ПРАВОВОЙ АСПЕКТ

Тематика проектов (по выбору слушателя)

1	Общая характеристика акционерных обществ.
2	Общая характеристика обществ с ограниченной ответственностью.
3	Общая характеристика полных товариществ.
4	Общая характеристика товариществ на вере.
5	Общая характеристика производственных кооперативов.

Методические указания слушателям по выполнению проекта.

Проектная работа состоит из 3 частей.

Часть 1. Общая характеристика юридического лица.

В данном разделе работы на основе действующего законодательства дается общая характеристика конкретной организационно-правовой формы юридического лица. Надо изложить основные положения об юридическом лице избранной формы. Объем этой части работы – до 5 страниц текста в формате страницы А4 с соблюдением требований печатных работ.

Часть 2. Судебная практика с участием юридического лица.

В данном разделе работы приводятся 2 примера из судебной практики с участием юридического лица избранной организационно-правовой формы: 1-й пример из обязательственных правоотношений (споры из договоров), 2-й из корпоративных правоотношений (споры между учредителями и участниками). Объем этой части работы – до 3-5 страниц текста в формате страницы А4 с соблюдением требований печатных работ.

Часть 3. Теоретико-правовые проблемы в сфере деятельности юридического лица.

В данном разделе приводится краткое изложение по одной проблеме в сфере деятельности юридического лица на основе изученной студентом научно-практической литературы. Для подготовки этой части работы надо изучить 1 публикацию, изданную за последние 5 лет по вопросу деятельности юридического лица (из СПС «КонсультантПлюс», СПС «Гарант» или из электронной библиотеки eLibrary.ru, или из электронной библиотеки «Киберленинка» в свободном доступе в Интернет. Объем этой части работы – до 3-5 страниц текста в формате страницы А4 с соблюдением требований печатных работ.

Общий объем работы до 15 страниц. Первая страница работы оформляется в виде титульного листа (образец в деканате Бизнес-школы).

Правила размещения текста на листе.

Основной текст - размер 14, шрифт Times New Roman; интервал 1,5

Сноски постраничные – размер 10, шрифт Times New Roman; интервал 1

Параметры страницы: сверху и снизу отступ 2 см; слева 3 см; справа 1 см.

Каждая часть работы с новой страницы.

Названия частей работы выделять жирным шрифтом.

В тексте работы расставить переносы, текст работы выравнивать по ширине.

Объем работы: до 15 страниц.

2 МОДУЛЬ. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Подготовка проекта

1 Бизнес-идея создание предприятия

Создание нового предприятия начинается с бизнес-идеи. Бизнес-идея – это грамотный выбор вида деятельности, который в дальнейшем будет приносить стабильный доход.

Она может быть собственной, оригинальной или заимствованной: принципиально новой (персональный компьютер), новой (новая электронная игра), модифицированной старой (модификация модели автомобиля или телевизора) или старой на новом рынке (завоз подержанных автомобилей на российский рынок).

Чтобы добиться успеха в реализации бизнес-идеи, необходимо рассматривать ее с позиции инвестора.

В данном разделе проектной работы необходимо охарактеризовать бизнес-идею. Для этого необходимо ответить на следующие вопросы (табл. 1).

Как правило, перспективная бизнес-идея обладает следующими характеристиками:

- удовлетворяет потребности клиента (решает его проблему);
- является инновационной;
- является уникальной;
- является четко сфокусированной;
- предполагает рентабельность в долгосрочной перспективе.

Таблица 1. Бизнес идея

Вопрос	Характеристика бизнес идеи
Какую проблему решает бизнес идея и какова выгода потребителя?	Бизнес-идея должна ясно заявлять, какую потребность она удовлетворяет и в какой форме (продукт или услуга). Выгода может быть выражена, например, терминами: более удобный, менее дорогой, более гибкий, более безопасный, более простой, более надежный, служит дольше, более эффективный в эксплуатации.
Каков рынок для предлагаемого продукта или услуги?	Бизнес-идея должна демонстрировать существование привлекательного рынка для продукта (услуги) и идентифицировать целевую группу потребителей. Необходимо показать, почему бизнес-идея предлагает особые специфические выгоды именно этим клиентам и почему эта группа особенно интересна вам в экономическом отношении.
Каков механизм получения дохода?	Бизнес-идея должна показать механизм получения дохода: каким образом будет обеспечиваться получение дохода и в каком размере.

2 Миссия и цели

В данном разделе проектной работы необходимо сформулировать миссию и цели организации.

Миссия представляет краткое описание бизнеса фирмы, которое по возможности должно включать в себя четкие формулировки основной общей цели фирмы и причину ее существования.

Содержание миссии должно включать в себя следующие основные пункты:

- описание продуктов или услуг, предлагаемых организацией;
- характеристику рынка;
- основные цели организации, выраженные в терминах выживания, роста, доходности;
- характеристику технологии;
- философию деятельности: базовые взгляды и ценности организации, служащие основой для создания системы мотивации;
- внутреннюю концепцию, в рамках которой организация описывает собственное впечатление о себе, указывая источники силы, степень конкурентоспособности;
- внешний образ компании, ее имидж, подчеркивающий экономическую и социальную ответственность компании перед партнерами, потребителями, обществом в целом.

Цели устанавливаются на основе миссии и отражают желаемое состояние организации, которого следует достичь в ходе использования ее потенциала. В отличие от миссии они выражают отдельные конкретные направления деятельности организации.

Целей организации может быть много, поэтому целесообразно выделить главную (генеральную) и другие цели, которые определяются генеральной целью, при этом цели нижестоящего уровня должны обеспечивать достижение целей вышестоящего уровня.

Таким образом, в данном разделе следует построить дерево целей организации (рис. 1).

Генеральная цель

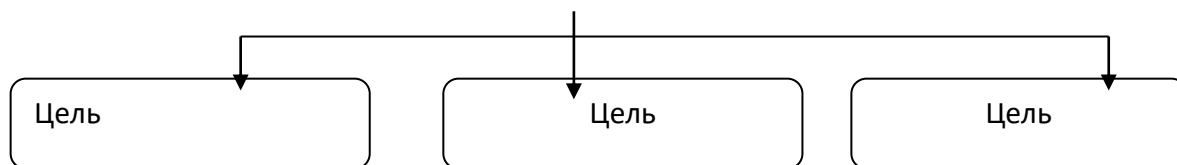


Рис. 1. Схема дерева целей организации

При этом необходимо основываться на критерии поставленных целей по SMART технологии:

- specific — конкретная;
- measurable — измеримая;
- achievable — достижимая;
- realistic — реалистичная;
- time-bound — определенная по времени.

3 Анализ внешних и внутренних условий предпринимательской деятельности
 В данном разделе рекомендуется провести анализ внешней и внутренней среды организации.

Сначала проанализируйте общую экономическую обстановку.

Далее для анализа макроокружения следует использовать PEST-анализ (рис. 2)

Политические факторы	Экономические факторы
1.	1.
2.	2.
...	...
Социальные факторы	Технологические факторы
1.	1.
2.	2.
...	...

Рис. 2. PEST-анализ

Затем проанализируйте как развивается отрасль в которой будет реализован ваш проект.

В результате анализа следует перечислить угрозы и возможности внешнего кружения организации.

Определите свои внутренние возможности для реализации бизнес-идеи (личные качества, образование, другие возможности, которые будут способствовать ее реализации)

Представьте тест из Интернета, позволяющий оценить предпринимательские способности:

- название теста (методики);
- вопросы;
- результаты теста;
- ссылка на источник.

4 Исследование потребительского спроса

Создайте анкету по изучению потребительского спроса и проанкетировать 10 одноклассников.

Представьте пример анкеты. Ссылку на нее .

Пример

1	Сколько бы вы заплатили за данный продукт?	Цена 1	Цена 2	Цена 3
2	Начиная с какой цены на продукт/услугу цена покажется вам высокой?	Цена 1	Цена 2	Цена 3
3	Ваш пол?	Муж	Жен	
4	Ваш возраст?	До 20	От 20-30	
5	В каких случаях Вы стали бы покупать товар?	Еженедельно	Ежемесячно	Один раз в год

Представьте сводный анализ анкетирования.

Опишите Вашу целевую аудиторию.

Критерии оценки на промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины:

- оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся полностью правильно выполнил все задания по проекту;

- оценка «незачет» выставляется, если обучающийся выполнил менее 3 заданий по проекту.

5.8. Авторы учебной дисциплины
 к.э.н., доцент кафедры экономики и
 управления организациями
 д.ю.н., профессор кафедры
 конституционного и муниципального права

Г.В. Меняйло

Е.В. Сазонникова

6. Рабочая программа дисциплины «Бизнес-практикум «Маркетинговое планирование»

6.1. Цель: совершенствование актуальных практических навыков и теоретических знаний по планированию и реализации маркетинговых программ и проектов, которые позволят обучающимся учитывать современный маркетинговый инструментарий и набор методик успешного продвижения компаний (продуктов, брендов) на рынке.

6.2. Задачи изучения дисциплины

- изучение процесса маркетингового планирования;
- овладение комплексным анализом, приемами моделирования рынка и разработки маркетинговых проектов для компаний (продуктов, брендов) выбор оптимальных программ, определение влияния маркетинговых программ на позиции бизнеса в конкурентной борьбе.

6.3. Планируемые результаты обучения

Компетенция	Планируемые результаты обучения
способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	знать: основные подходы к разработке маркетинговых стратегий; уровни управления маркетингом в компании; этапы планирования маркетинговой деятельности компании уметь: выбирать из множества маркетинговых стратегий наиболее эффективную для решения конкретной задачи; обосновывать предложения по совершенствованию управленческих решений в сфере маркетинга владеть: навыками всестороннего критического осмысления последствий применения маркетинговых стратегий; подготовкой управленческих решений по адаптации маркетинговых инструментов при изменяющихся рыночных условиях
способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	знать: основы потребительского поведения; принципы сегментирования рынка, позиционирования рыночного предложения; методы капитализации брендов уметь: анализировать коммерческую эффективность бизнеса; использовать количественные и качественные методы оценки результативности маркетинговых программ владеть: навыками построения систем управления маркетинговой деятельностью компании; - маркетинговыми инструментами для разработки конкурентоспособных стратегий бизнеса в онлайн и оффлайн средах.

6.4. Содержание учебного предмета, курса, дисциплины (модуля)

п / п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Виды занятий (часов)			
			Лекции	Практические	Самостоятельная работа	Всего
1	Маркетинг и управление компанией (создание ценности для потребителя)	Тема 1.1. Позиционирование. Цели предприятия и их отражение в позиционировании продукта, бренда, компании. Виды маркетинговых стратегий (2 час). Тема 1.2. Формирование ценности. Основные подходы к созданию ценности для	4	4	8	12

		потребителей, к формированию денежных потоков от потребителей, к разработке конкурентных преимуществ для бизнеса (2 час)				
2	Процесс маркетингового планирования	Тема 2.1. Автоматизация маркетинга. Интеграция маркетинга и информационных технологий. Интернет-маркетинг. Оценка эффективности позиционирования и стратегические результаты бизнеса (2 час). Тема 2.2. Адаптация маркетингового планирования к бизнес-среде различного типа (на рынках B2B и B2C, для крупных компаний и предприятий малого бизнеса) (2 час)	4	4	8	12
3	Бренд-менеджмент	Тема 3.1. Источники формирования капитала бренда. Индивидуальность, имидж, сила бренда. Использование основополагающих концепций бренд-менеджмента и бренд-билдинга для целей бизнеса (2 час). Тема 3.2. Запуск брендов. Опыт зарубежных лидеров рынков и российских компаний. Разработка проектов по брендингу и ребрендингу. Запуск новых брендов и управление ими на протяжении жизненного цикла (2 час).	4	4	8	12
4	Разработка программ лояльности	Тема 4.1. Оценка эффективности разработанных маркетинговых программ, финансовые и маркетинговые показатели. Нововведения в области сегментирования клиентов в сфере B2B и B2C (бизнес для бизнеса и бизнес для потребителя) (2 час).	2	2	4	6
5	Разработка маркетинговых проектов компании (проектный менеджмент в маркетинге)	Тема 5.1 Оценка, управление и оптимизация рисков при реализации маркетинговых проектов. Стартап для крупных компаний и предприятий малого бизнеса (3 час).	3	3	6	9
	Итого		17	17	34	68

6.5. Учебно-методическое обеспечение учебного предмета, курса, дисциплины (модуля)

а) основная литература

№ п/п	Источник
1	Котлер Ф. Маркетинг менеджмент, 14-е изд. / Филип Котлер, К.Л. Келлер – СПб.: Питер, 2016. – 816 с.

б) дополнительная литература

№ п/п	Источник
2	Гончарова И.В. Управление интернет-маркетингом, учебное пособие / И.В. Гончарова – Воронеж, ИПД ВГУ, 2018 – 70 с. http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m18-197.pdf .
3	Гончарова И.В. Репутационный маркетинг: анализ и формирование имиджа / И.В. Гончарова – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2016. – 235 с. http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m16-288.pdf
4	Гончарова И.В. Планирование маркетинговых программ: практикум, учебное пособие / И.В. Гончарова – Воронеж: ВГУ, 2015. – 31 с. http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m15-283.pdf

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)

№п/п	Ресурс
------	--------

1	Электронные учебные материалы курса: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=6938
2	Электронные учебные материалы курса: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=8611
3	Министерство цифрового развития связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, официальный сайт: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/878/
4	Аналитические инструменты для бизнеса Яндекс.Метрика https://metrika.yandex.ru/list/
5	Блоги профессионалов: 1. https://texterra.ru/blog/ 2. http://convertmonster.ru/blog/ 3. https://www.searchengines.ru/ 4. http://lead-academy.ru/ 5. http://www.leadmachine.ru/blog/

6.6. Материально-технические условия реализации учебного предмета, курса, дисциплины (модуля) и общие требования к организации образовательного процесса

- аудитории и компьютерные классы, оснащенные всем необходимым оборудованием, включенным в компьютерную сеть университета;
- высокоскоростной канал доступа в интернет;
- учебная литература, имеющаяся в ЗНБ ВГУ, доступ к электронным библиотечным системам (<https://lib.vsu.ru/>).

6.7. Оценочные материалы и критерии оценки текущей и промежуточной аттестации по учебному предмету, курсу, дисциплине (модулю)

Перечень вопросов к зачету:

1. Цели, задачи, функции маркетинговых программ.
2. Эволюция современных маркетинговых концепций.
3. Планирование и контроль маркетинговой деятельности в компании.
4. Оценка эффективности маркетинговой деятельности в компании.
5. Оценка эффективности разработанных маркетинговых программ.
6. Сбор информации, оценка рыночных возможностей.
7. Методы анализа конкурентов.
8. Методы анализа поведения потребителей.
9. Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов.
10. Формирование имиджа продукта, бренда, компании.
11. Ребрендинг.
12. Комплекс маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.
13. Цели, этапы разработки новой продукции. Маркетинг инноваций.
14. Управление брендом.
15. Использование комплекса маркетинга для повышения прибыли.
16. Установление цен на продукцию компании и ценообразование бренда.
17. Позиционирование бренда. Оценка эффективности позиционирования.
18. Управление продажами.
19. Разработка программ в онлайн и оффлайн средах.
20. Управление маркетинговым проектом.
21. Программы лояльности.
22. Основы веб-аналитики.

Перечень заданий для проекта

Цель проекта

Целью исследования является обоснование маркетинговой стратегии компании в конкретных рыночных условиях.

Основные требования к выполнению проекта

Проект выполняется каждым обучающимся самостоятельно по выбранному направлению.

Работа с литературой.

Необходимо продемонстрировать умение отобрать и использовать соответствующую информацию (оформить ссылками).

Формы отчета по проекту

Участники отчитываются о выполнении проекта в двух формах: готовят письменный отчет об исследовании, объем не более 5 листов, ниже представлен примерный план отчета, затем устно защищают проект (5 минут) с презентацией в стандартном формате.

План

1. Название проекта. ФИО разработчика.
2. Описание бизнес-модели (бизнес-идея создание предприятия).
3. Маркетинговый анализ (анализ внешних условий предпринимательской деятельности), в том числе:
 - анализ целевой аудитории
 - анализ конкурентов
 - анализ ценностного предложения, анализ ценностных характеристик продукта (исследование потребительского спроса)
 - роль социальной составляющей в построении бизнеса, тематика возможных сообществ в социальных сетях
4. Оценка полученных результатов исследования (анализ внутренних условий предпринимательской деятельности), в том числе:
 - позиционирование
 - возможный бюджет
5. Планирование программы продвижения, в том числе:
 - основные типы и каналы коммуникаций
 - соединение офлайн и онлайн пространств (омниканальное присутствие)
 - распределение бюджета по каналам
6. Обоснование результатов проекта , расчет рентабельности проекта
7. Используемые источники информации

Сроки выполнения проекта

Проект рассчитан на 2-3 недели. Старт и окончание (отчет, презентация) определяются календарным планом.

Дополнительная информация по проекту предоставляется преподавателем на практических занятиях.

Критерии оценки:

Параметр	Оценка
Обучающийся раскрыл теоретическую часть, в методической части проекта описал все имеющиеся приемы анализа, проделал аналитические процедуры (расчеты, таблицы, графики, выводы), оформил проект в соответствии с требованиями, при защите работы показал владение материалом	Зачтено
Обучающийся раскрыл теоретическую часть, в методической части проекта описал все имеющиеся приемы анализа, сделал некоторые аналитические процедуры (расчеты, таблицы, графики), оформил проект в соответствии с требованиями, при защите работы не смог показать владение материалом	Зачтено
Обучающийся раскрыл теоретическую часть, в методической части описал не все имеющиеся приемы анализа, сделал некоторые аналитические процедуры (расчеты, таблицы) не оформил проект в соответствии с требованиями, при защите работы не смог показать умение сделать выводы	Зачтено
Обучающийся поверхностно осветил теоретическую и методическую части темы, сделал некоторые аналитические расчеты, не оформил проект в соответствии с требованиями	Не зачтено

6.8 Автор учебной дисциплины (модуля)

к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики,
маркетинга и коммерции

И.В. Гончарова

7. Рабочая программа дисциплины «Бизнес-практикум: производственное и организационное планирование»

7.1. Цель: формирование практических навыков в области производственного и организационного планирования при создании нового предприятия и обеспечение его эффективного функционирования.

7.2. Задачи изучения дисциплины

- формирование представлений об особенностях производственного процесса;
- изучение формирования производственной программы и оснащение основными фондами;
- определение потребности в материальных ресурсах;

- умение рассчитывать калькуляцию себестоимости продукции;
- умение выбрать организационную структуру;
- получение практических навыков при определении потребности в персонале.

7.3. Планируемые результаты обучения

Компетенция	Планируемые результаты обучения
способность осуществлять производственное и организационное планирование при создании нового предприятия	<p>знать: методы организационного и производственного планирования.</p> <p>уметь: разрабатывать производственную программу; рассчитывать потребность в основных фондах; составлять калькуляцию себестоимости товаров и услуг; разрабатывать организационную структуру предприятия.</p> <p>владеть: методами организации производства и управления производственными системами, современными тенденциями их развития;</p> <p>- навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов).</p>

7.4. Содержание учебного предмета, курса, дисциплины (модуля)

п / п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Виды занятий (часов)			
			Лекции	Практическое	Самостоятельная работа	Всего
1	Производственное планирование	Описание производственного процесса. Формирование производственной программы. Основные и оборотные фонды. Описание поставщиков. Калькуляция себестоимости товаров и услуг. Производственная стратегия.	4	4	8	12
2	Выбор организационной структуры	Понятие организационной структуры. Виды связей между элементами организационной структуры. Типы организационной структуры управления: достоинства и недостатки.	4	4	8	12
3	Планирование персонала	Персонал предприятия и его структура. Показатели количественной и качественной характеристики персонала. Штатное расписание предприятия. Системы мотивации труда работников на предприятиях.	4	4	8	11
	Итого		12	12	24	48

7.5. Учебно-методическое обеспечение учебного предмета, курса, дисциплины (модуля)

а) основная литература

№ п/п	Источник
1	Бизнес-планирование на предприятии : учебное пособие / А.В. Башкирцев, Л.Ш. Салихова, В.В. Авилова, Е.Н. Парфирьева ; Министерство образования и науки РФ ; Казанский национальный исследовательский технологический университет .— Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет, 2017 .— 160 с. <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500494 >.
2	Производственный менеджмент : учебное пособие / А.В. Назаренко, Д.В. Запорожец, Д.С. Кенина, Л.И. Черникова, О.Н. Бабкина .— Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017 .— 140 с. : ил. — Библиогр.: с. 124. — http://biblioclub.ru/ .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484943 >.
3	Руденко, Л. Г. Планирование и проектирование организаций: учебник / Л.Г. Руденко .— Москва : Дашков и К°, 2019 .— 240 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
-------	----------

4	Гладких М.О. Бизнес-планирование : учебное пособие / М. О. Гладких, А. Ю. Кособуцкая; [научный редактор А. Ю. Кособуцкая] .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2019 .— 309 с
5	Учебно-методическое пособие по написанию и защите проектной работы "Бизнес-план" как формы итоговой аттестации : для обучающихся по программе "Бакалавр управления бизнесом" : обучающимся по программе профессиональной переподготовки "Бакалавр управления бизнесом" (БВА) / сост. Г. В. Меняйло, Н. В. Сидорова .— Воронеж : Экономический факультет Воронежского государственного университета, 2016 .— 49 с. - URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m16-220.pdf .

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
6	Образовательный портал «Электронный университет ВГУ»/LMS Moodle. https://edu.vsu.ru/
7	Бизнес-практикум: оздание предприятия https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=8611
8	ЭБС «Университетская библиотека online»
9	ЭБС «Лань»
10	Электронно-библиотечная система (ЭБС) ВГУ https://lib.vsu.ru/?p=4&t=8b

7.6. Материально-технические условия реализации учебного предмета, курса, дисциплины (модуля) и общие требования к организации образовательного процесса

- аудитории и компьютерные классы, оснащенные всем необходимым оборудованием, включенным в компьютерную сеть университета;
- высокоскоростной канал доступа в интернет;
- учебная литература, имеющаяся в ЗНБ ВГУ, доступ к электронным библиотечным системам (<https://lib.vsu.ru/>).

7.7. Оценочные материалы и критерии оценки текущей и промежуточной аттестации по учебному предмету, курсу, дисциплине (модулю)

7.7.1 Текущий контроль успеваемости осуществляется с помощью следующих оценочных средств: тесты и ситуационные задачи.

Задание 1. Посчитать калькуляцию услуги или производства товара.

Задание 2. Рассчитать потребность в оборудовании для своего проекта.

Задание 3. Составить структуру производственного процесса для ателье.

Критерии оценки промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины:

- оценка «зачтено » выставляется, если обучающийся полностью правильно выполнил все 3 задания;
- оценка «незачет» выставляется, если обучающийся выполнил менее 3 заданий.

7.7.2. Промежуточная аттестация осуществляется с помощью следующих оценочных средств: подготовка проекта.

Проект

1. Производственный план

Описать производственные помещения и земельные участки.

Необходимо описать, владеете ли вы землей, подходящими зданиями, сырьем или оборудованием. Где будет размещаться производство, где склад сырья, где склад готовой продукции. Если нет, опишите, какие именно помещения, оборудование и т.д. вы планируете приобрести или арендовать, какие сроки потребуются на оформление документации и монтаж техники, и в какую сумму это обойдется предприятию (информацию о приобретении и помещений, оборудования, земельных участках необходимо будет указать в инвестиционном разделе бизнес-плана).

В соответствии с объемом продаж проектируются производственные мощности организации (потребности в оборудовании), планируются объемы закупок сырья и материалов, необходимое количество работников и другие ресурсы.

Производственный план – это описание особенностей технологического процесса изготовления продукции или оказания услуг.

В данном разделе необходимо представить производственную программу, необходимые технологии и оборудование, технологическую карту, структуру производственного процесса, систему снабжения ресурсами и вспомогательную инфраструктуру.

Производственная программа устанавливает, сколько и каких продуктов нужно произвести в соответствии с планом продаж (табл. 1).

Таблица 1. Производственная программа предприятия

Содержание	Годы					
	1-й		2-й		n-й	
	Помесячно		Поквартально			
				...		
Объем производства продукции (в натуральном выражении) Продукция 1 Продукция 2						

Далее необходимо обосновать выбор технологического процесса (описание, методы приобретения технологии) и выбор оборудования, необходимого для реализации технологии (состав, стоимость основных производственных фондов, потребность в аренде необходимых производственных помещений, стоимость арендуемого помещения) (табл.2).

Таблица 2. Оснащение основными фондами

Наименование	Количество (шт)	Цена (руб.)	Сумма (руб.)

Технологическая карта – это сетевой план-график, который показывает, какие процессы, в какой очередности, в какие сроки должны быть осуществлены для реализации проекта. Он включает таблицу, описывающую последовательность элементарных операций (табл. 3).

Таблица 3 Технологическая карта

№ операции	Подразделение	Процесс	Время осуществления	Предшествующий процесс
Итог				

Структура производственного процесса предприятия изображается в виде схемы (рис. 1).

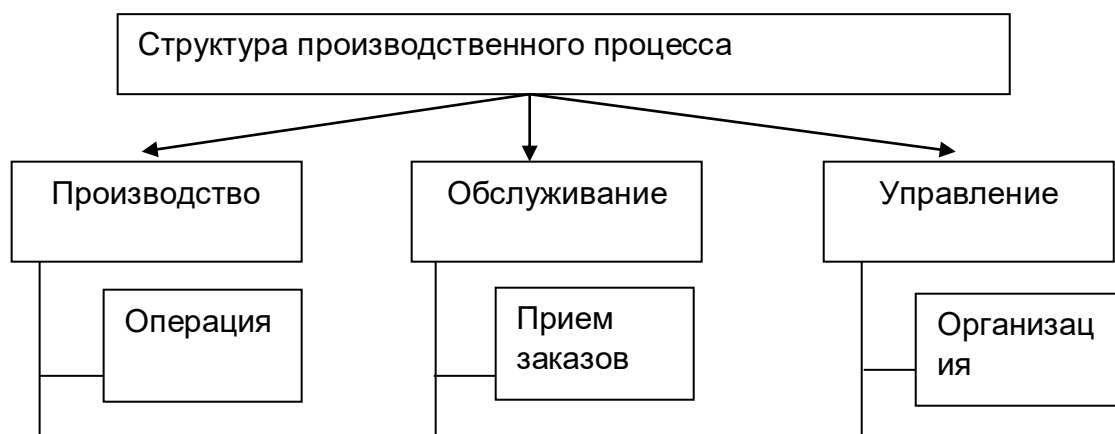


Таблица 7. Оплата труда по должностям

Персонал	Оплата труда за месяц

Описать систему мотивации на предприятии.

Критерии оценки промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины:

- оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся полностью правильно выполнил 2 раздела проекта;
- оценка «незачет» выставляется, если обучающийся выполнил задания с ошибками.

7.8. Автор учебной дисциплины
к.э.н., доцент кафедры экономики и
управления организациями

Меняйло Г.В.

8. Рабочая программа дисциплины «Бизнес-практикум «Финансовое планирование»

8.1. Цель: Формирование навыков использования методики проведения анализа показателей, содержащихся в формах бухгалтерской (финансовой) отчетности для объективного представления о достигнутых финансовых результатах деятельности организации, оценки влияния причин их изменения, разработки и обоснования вариантов принимаемых управленческих решений; приобретение навыков финансового планирования деятельности организации.

8.2. Задачи изучения дисциплины

- изучить базовые концепции и методики финансового анализа деятельности организации;
- на основе изучения взаимосвязи между разными показателями производственной, коммерческой и финансовой деятельности оценить выполнение плана по поступлению финансовых ресурсов и их использованию с позиции улучшения финансового состояния;
- построить модели оценки и диагностики финансового состояния, провести факторный анализ, определив влияние факторов на изменение финансового состояния организации;
- спрогнозировать возможные финансовые результаты исходя из реальных условий хозяйственной деятельности, наличия собственных, заемных ресурсов и разработанных моделей оценки и диагностики финансового состояния при разнообразных вариантах использования ресурсов;
- разработать конкретные мероприятия, направленные на более эффективное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния.

8.3. Планируемые результаты обучения

Компетенция	Планируемые результаты обучения
способность финансового обоснования управленческих решений	знать: основные методы финансового менеджмента; уметь: применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию. владеть: навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования.

8.4. Содержание учебного предмета, курса, дисциплины (модуля)

№	Наименование	Содержание раздела дисциплины	Виды занятий (часов)

п/п	раздела дисциплины		Лекции	Практические	Самостоятельная работа	Всего
1	Цели и принципы анализа финансового состояния организаций. Информационная база анализа финансового состояния организации	Значение финансового анализа, его место в системе КЭА и в системе управления экономическими субъектами. Субъекты и цели финансового анализа. Базовые концепции и принципы финансового анализа. Финансовое состояние организации как объект экономического анализа, его характеристики и подходы к оценке. Аналитические возможности бухгалтерской индивидуальной и консолидированной отчетности. Использование дополнительной внутренней финансовой информации. Внешняя информация об экономическом субъекте и среде его деятельности.	2	2	4	8
2	Налоги и налогообложение организации	Общая система налогообложения. Специальные налоговые режимы: упрощенная система налогообложения, ЕСХН, патентная система налогообложения, налог на профессиональный доход.	2	2	4	8
3	Оценка ликвидности и платежеспособности организации (риска утраты ликвидности)	Ликвидность и платежеспособность организации. Основное условие признания организации ликвидной. Группировка активов по степени ликвидности и пассивов по срочности погашения обязательств. Оценка ликвидности баланса. Коэффициенты ликвидности. Оценка платежеспособности организации.	2	2	4	8
4	Оценка финансовой устойчивости и деловой активности организации (финансовых рисков)	Финансовая устойчивость организации. Анализ финансовой устойчивости с помощью абсолютных показателей. Относительные показатели финансовой устойчивости организации. Эффект финансового рычага (левериджа). Показатели эффективности использования ресурсов. Коэффициентный анализ оборачиваемости. Финансовый и операционный цикл. Эффект операционного рычага	2	2	4	8
5	Модели оценки финансовой несостоятельности. Прогнозирование банкротства	Признаки несостоятельности организации. Модели оценки финансовой несостоятельности. Прогнозирование банкротства.	2	2	6	10
6	Финансовое планирование и бюджетирование	Финансовое планирование: сущность, принципы, цели, задачи, виды, методы и модели. Прогнозирование экономического состояния организации: финансовой устойчивости, возможного банкротства, величины рыночной стоимости организации. Долгосрочное финансовое планирование. Методы и технология краткосрочного финансового планирования. Бюджетирование как инструмент финансового планирования.	2	8	8	18

	Цель и организация бюджетного планирования. Виды бюджетов. Методики составления операционных и финансовых бюджетов. Финансовое моделирование. Разработка финансового плана бизнес-плана. Оценка инвестиционного проекта, составление прогнозов и бюджета.				
Итого		12	18	30	60

8.5. Учебно-методическое обеспечение учебного предмета, курса, дисциплины (модуля)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Финансовый менеджмент : учебное пособие / Е. Ф. Сысоева, А. И. Барабанов, А. С. Бородина [и др.] ; под ред. Е. Ф. Сысоевой. — Москва : КноРус, 2020. — 496 с. — ISBN 978-5-406-01226-0. — URL: https://book.ru/book/934295 (дата обращения: 30.11.2023). — Текст : электронный.
2.	Сысоева, Елена Федоровна. Финансы организаций (корпоративные финансы) : [учебное пособие для укрупненной группы направлений бакалавриата "Экономика и управление"] / Е.Ф. Сысоева, А.Н. Гаврилова, А.А. Попов .— Москва : КНОРУС, 2018 .— 348, [1] с. — (Бакалавриат) .— Библиогр.: с. 338-339.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3.	Финансовый анализ : учебник / Д.А. Ендовицкий, Н.П. Любушин, Н.Э. Бабичева. — 3-е изд., перераб. — М. : КНОРУС, 2016. — 300 с.
4.	<u>Ковалев В.В.</u> Курс финансового менеджмента / В.В. Ковалев .— 3-е изд. — М. : Проспект, 2015 .— 502 с. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251683 http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251683 .
5.	Лобанова Е.Н. Корпоративный финансовый менеджмент : учеб.-практич. пособие / М.А. Лимитовский, Е.Н. Лобанова, В.Б. Миносян, В.П. Паламарчук. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 990 с. // Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ». — URL : Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки. www.biblionline.ru .
6.	Селезнева Н.Н. Анализ финансовой отчетности организации : учебное пособие / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова — М. : Юнити-Дана, 2015. — 583 с.
7.	Финансирование бизнеса : учебник / под редакцией И. Я. Лукасевича. — Москва : Центркаталог, 2018. — 384 с. — ISBN 978-5-903268-10-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/115537
8.	Финансовый менеджмент : [учеб. пособие для направлений бакалавриата и магистратуры "Менеджмент", "Финансы и кредит", "Экономика"] / [А.И. Барабанов и др.] ; под ред. Е.Ф. Сысоевой .— 7-е изд., перераб. — Москва : КноРус, 2020 .— 495, [1] с. : ил., табл. — (Бакалавриат, магистратура, аспирантура) .— Посвящается 100-летию Воронежского государственного университета .

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
10.	Информационно-справочная система «КонсультантПлюс» - URL: http://www.consultant.ru
11.	Министерство финансов РФ - URL: http://www.minfin.ru
12.	Портал «Финансовые науки»– URL: https://www.nalog.gov.ru/
13.	Правительство РФ. – URL: http://www.government.ru
14.	РосБизнесКонсалтинг – URL: http:// www.rbc.ru
15.	ЭК «Бизнес-практикум: финансовое планирование» - URL: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=11357

8.6. Материально-технические условия реализации учебного предмета, курса, дисциплины (модуля) и общие требования к организации образовательного процесса

- аудитории и компьютерные классы, оснащенные всем необходимым оборудованием, включенным в компьютерную сеть университета;
- высокоскоростной канал доступа в интернет;
- учебная литература, имеющаяся в ЗНБ ВГУ, доступ к электронным библиотечным системам (<https://lib.vsu.ru/>).

8.7. Оценочные материалы и критерии оценки текущей и промежуточной аттестации по учебному предмету, курсу, дисциплине (модулю)

8.7.1 Текущий контроль успеваемости осуществляется с помощью следующих оценочных средств: тесты и ситуационные задачи.

Тестовые задания

1. Рациональность использования ресурсов для достижения социальных целей отражает:

- А) экономическая эффективность
- Б) коммерческая эффективность
- В) социально-экономическая эффективность
- Г) бюджетная эффективность

2. Показатель DPB всегда больше, чем показатель PB

- А) верно
- Б) неверно

3. Какое правило соотношения соблюдается при оценке эффективности инвестиционных проектов:

- А) если $NPV > 0$, то $PI < 1$
- Б) если $NPV > 0$, то $PI > 1$
- В) $PI = IRR$
- Г) $DPB < PB$

4. Для целей определения состояния банкротства не используется показатель:

- А) текущей ликвидности
- Б) утраты платежеспособности
- В) абсолютной ликвидности
- Г) восстановления платежеспособности

5. При каком условии проект может быть принят даже с отрицательным значением NPV:

- А) $PI > 1$
- Б) $IRR > 1$
- В) это социальный проект
- Г) инвестор настаивает на реализации проекта

6. Показатель, отражающий деловую активность организации, то, насколько эффективно выстроена маркетинговая и ценовая политика организации:

- А) рентабельность заемного капитала
- Б) индекс окупаемости
- В) рентабельность продаж
- Г) показатель текущей ликвидности

Критерии оценок результатов тестирования:

Оценка «зачет» выставляется, если при прохождении тестирования обучающимся правильно даны ответы на не менее 50% тестовых заданий.

Оценка «незачет» выставляется, если при прохождении тестирования обучающимся правильно даны ответы на менее 50% тестовых заданий.

Примерные задачи

1. Инвестиции в бизнес составили 500 тыс. рублей.

Ожидаемые доходы (CF_i) за 5 лет составят:

2017 год – 300 тыс. рублей. 2018 год – 250 тыс. рублей.

2019 год – 100 тыс. рублей. 2020 год – 350 тыс. рублей.

2021 год – 500 тыс. рублей.

Ставка дисконтирования 10%.

Требуется рассчитать:

- 1. чистый дисконтированный доход (NPV) за 5 лет,
- 2. индекс прибыльности (PI),
- 3. сроки окупаемости простой и дисконтированный,

Таблица 3. Движение денежных средств

Статья затрат	Подготовительный этап	Всего за 1-й год (тыс.р.)	В том числе				Всего за 2-й год (тыс.р.)	Всего за 3-й год (тыс.р.)
			1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.		
Выручка								
Расходы								
Налог к уплате								
Инвестиции								
Чистый денежный поток								

Проект должен соответствовать требованиям, предъявляемым к оформлению. Титульный лист установленной формы. Шрифт Times New Roman, размер шрифта 14, абзацный отступ 1,5, межстрочный интервал 1,5. Размеры полей: левое 3 см, правое 1 см, верхнее и нижнее 2 см. Номер страницы проставляют внизу по центру. Приведенные таблицы, а также иной иллюстрационный материал (графики, диаграммы, рисунки и т.д.), должны быть оформлены в соответствии с требованиями ГОСТ.

Критерии оценки выполненного проекта (по итогам освоения дисциплины):

- оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся полностью правильно выполнил все задания по проекту;
- оценка «незачет» выставляется, если обучающийся выполнил менее 5 заданий по проекту.

8.8. Автор учебной дисциплины

Преподаватель Бизнес-школы

М.Р. Костянская

9. Итоговая аттестация

Итоговая аттестация включает защиту аттестационной работы в форме проектной работы «Бизнес-план».

Проведение итоговой аттестации возможно с применением дистанционных образовательных технологий в курсе <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=13483>.

Целью проектной работы является самостоятельное исследование комплекса взаимосвязанных вопросов, касающихся разработки бизнес-плана нового направления деятельности на основе полученных в процессе обучения теоретических и практических знаний, развитие у студентов навыков самостоятельной творческой работы, овладение методами современных научных исследований, углубленное изучение вопросов следующих дисциплин бизнес-практикума: создание предприятия, маркетинг-план, финансовое планирование, бизнес-план, а также дополнительные главы в информатике, иностранный язык.

Объектом проектной работы должно быть новое предприятие. Обучающиеся самостоятельно определяют объект проектной работы.

Процессы глобализации, интернационализации экономик, интеграции России в мировое сообщество способствуют развитию международных контактов и возрастанию роли профессионального и научного общения на английском языке. В связи с чем проектная работа оформляется на русском и английском языках.

Защита проектной работы – это научная презентация на английском языке разработанного обучающимися бизнес-плана. Проектная работа и ее защита на итоговой аттестации позволяет оценить приобретенные знания и профессиональные навыки выпускников, владение английским языком и подготовленность к практической деятельности.

Основная часть включает следующие разделы, представленные в таблице 1.

Таблица 1. Разделы основной части проектной работы

Разделы	Outline
Резюме	Executive Summary
1 Бизнес идея	1 Business Idea
2 Миссия и цели	2 Mission and Objectives
3 Описание продукта или услуги	3 Product/Service Description
4 Маркетинговый анализ	4 Marketing Analysis
5 Маркетинговый план	5 Marketing Plan
6 Производственный план	6 Production Plan
7 Организационный план	7 Organizational Data
8 Оценка рисков	8 Risk Assessment
9 Финансовый план	9 Financial Information

Проектная работа «Бизнес-план» выполняется лично каждым обучающимся.

За неделю до итоговой аттестации в деканат Бизнес-школы обучающимся должны быть представлены следующие материалы:

проектная работа «Бизнес-план» в двух вариантах:

- на русском языке (15 - 30 стр.);
- на английском языке (8-10 стр.).

Основными показателями оценки качества проекта на защите являются:

- актуальность и практическая ценность проектной работы;
- соблюдение требований к составлению бизнес-плана;
- лексическое наполнение и уровень лингвистической подготовки;
- форма презентации, грамотность, логическая последовательность изложения;
- четкость и ясность устного выступления, аргументируемость ответов на вопросы.

Обсуждение результатов защиты проектных работ происходит на закрытом заседании итоговой аттестационной комиссии. Проектная работа оценивается по

следующей шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Диагностическая шкала оценки проектной работы

Критерий	«Отлично»	«Хорошо»	«Удовлетворительно»	«Неудовлетворительно»
1. Четкость, достаточность и лаконичность изложения разделов проекта	Достаточная четкость всех разделов	Достаточная четкость более половины разделов	Достаточная четкость менее половины разделов	Имеется четкость лишь отдельных разделов
2. Уровень владения иностранным языком	Очень высокий уровень владения иностранным языком. Проект переведен на иностранный язык без ошибок	Высокий уровень владения иностранным языком. Проект переведен на иностранный язык с небольшими ошибками	Средний уровень владения иностранным языком. Проект переведен на иностранный язык с ошибками	Низкий уровень владения иностранным языком. Проект переведен на иностранный язык с ошибками
3. Качество оформления проектной работы	Очень высокое: работа оформлена в полном соответствии с ГОСТом или имеется не более двух незначительных отклонений от его требований	Высокое: имеется незначительные отклонения от ГОСТа	Среднее: имеются значительные отклонения от ГОСТа	Низкое: имеются грубые нарушения ГОСТа
4. Выступление на защите проектной работы	Ясное, четкое изложение содержания, демонстрация знания своей работы, умение отвечать на вопросы	Четкое изложение содержания, излишне краткое изложение выводов, демонстрация знания своей работы, нечеткость ответов по отдельным вопросам	Пространное изложение содержания. Фрагментарный доклад с очень краткими или отсутствующими выводами, отсутствие ответов на ряд вопросов	Пространное изложение содержания, фрагментарный доклад, в котором отсутствуют выводы, отсутствие ответов на вопросы, демонстрация отсутствия знания своей работы
5. Сформированность компетенций	обучающийся демонстрирует повышенный уровень сформированности компетенций	обучающийся демонстрирует базовый уровень сформированности компетенций	обучающийся демонстрирует пороговый уровень сформированности и компетенций	пороговый уровень сформированности компетенций у обучающегося отсутствует

10. Кадровое обеспечение

№	Дисциплины	Характеристика педагогических работников							
		Фамилия, имя, отчество, должность по штатному расписанию	Какое образовательное учреждение окончил(а), специальность (направление подготовки)	Ученая степень, ученое (почетное) звание, квалификационная категория	Стаж профессиональной деятельности		Основное место работы, должность	Условия привлечения к педагогической деятельности	
					Всего	в т.ч. педагогической работы			
						Всего			в т.ч. по указанной дисциплине (модулю)
1	Бизнес-практикум «Создание предприятия»	Сазонникова Елена Викторовна	ВГУ, «Юриспруденция»	д.э.н., проф.	26	24	19	Профессор кафедры конституционного и муниципального права ВГУ	По договору
2	Бизнес-практикум «Создание предприятия»	Меняйло Галина Владимировна	ВГУ, магистратура, направление «Экономика»	к.э.н., доцент	25	23	23	Доцент кафедры экономики и управления организациями ВГУ	По договору
4	Бизнес-практикум «Маркетинговое планирование»	Гончарова Инесса Викторовна	ВГУ ПММ, математик ЭФ, Бухучет	к.э.н., доц.	28	18	3	Доцент кафедры экономики, маркетинга и коммерции ВГУ	По договору

№	Дисциплины	Характеристика педагогических работников							
		Фамилия, имя, отчество, должность по штатному расписанию	Какое образовательное учреждение окончил(а), специальность (направление подготовки)	Ученая степень, ученое (почетное) звание, квалификационная категория	Стаж профессиональной деятельности		Основное место работы, должность	Условия привлечения к педагогической деятельности	
					Всего	в т.ч. педагогической работы			
									Всего
6	Бизнес-практикум «Производственное и организационное планирование»	Меняйло Галина Владимировна	ВГУ, магистратура, направление «Экономика»	к.э.н., доц.	25	23	23	Доцент кафедры экономики и управления организациями ВГУ	По договору
5	Бизнес-практикум «Финансовое планирование»	Костянская Мария Романовна	ВГУ Магистратура «Финансы и кредит» Магистратура «Юриспруденция»	-	7	6	3	самозанятая	По договору
8	Иностранный язык	Стоумова Наталья Владимировна	ВГПУ, «Филология» ВГУ МВА «Менеджмент»	препод.	29	29	25	Преподаватель Бизнес-школы ВГУ	Штатный сотрудник

11. Руководитель программы

К.э.н., доцент, доцент кафедры экономики и управления организациями _____

Г.В. Меняйло