



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И.
Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЭУ
Е.С. Замбрицкая

05.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

***ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ЭКОНОМИКА УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО
СЕРВИСА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО***

Направление подготовки (специальность)
23.04.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов

Направленность (профиль/специализация) программы
Техническая эксплуатация автомобильного транспорта

Уровень высшего образования - магистратура

Форма обучения
очная

Институт/ факультет	Институт экономики и управления
Кафедра	Экономики
Курс	2
Семестр	4

Магнитогорск
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 23.04.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов (приказ Минобрнауки России от 07.08.2020 г. № 906)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Экономики 22.01.2025, протокол № 5

Зав. кафедрой _____ А.Г. Васильева

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭиУ 05.02.2025 г. протокол № 3

Председатель _____ Е.С. Замбрицкая

Согласовано:

Зав. кафедрой Технологии, сертификации и сервиса автомобилей

_____ И.Ю. Мезин

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры кафедры Экономики, канд. филос. наук
_____ М.В. Кузнецова

Рецензент:

заместитель директора по учебной работе Сибайский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий», д-р экон. наук

_____ И.А. Ситнова

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Экономики

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ А.Г. Васильева

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Экономики

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ А.Г. Васильева

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является получение знаний в следующих областях: сущность, основные правила функционирования экономических систем; понятие, методологию расчета экономической эффективности; сущность и виды предпринимательской деятельности. Помимо этого обучающийся должен уметь применять базовые экономические законы в решении практических задач, пользоваться методиками оценки эффективности инвестиционных проектов, применять методы генерации предпринимательских идей и владеть культурой мышления, способностью к восприятию, анализу информации, навыками оценки эффективности проектов управленческих решений и проектов, навыками генерирования предпринимательских идей.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Эффективность, экономика услуг технического сервиса и предпринимательство входит в обязательную часть учебного плана образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Управление персоналом

Инновационное предпринимательство

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Подготовка к защите и процедура защиты выпускной квалификационной работы

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Эффективность, экономика услуг технического сервиса и предпринимательство» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ОПК-2	Способен принимать обоснованные решения в области проектного и финансового менеджмента в сфере своей профессиональной деятельности;
ОПК-2.1	Планирует проектную деятельность по разработке и выпуску проектной документации технологической части
ОПК-2.2	Применяет современные экономические методы повышения эффективности использования технических и материальных ресурсов
ОПК-6	Способен оценивать социальные, правовые и общекультурные последствия принимаемых решений при осуществлении профессиональной деятельности.
ОПК-6.1	Применяет на практике решения в области профессиональной деятельности, используя нормативные акты и правовые нормы эффективной организации процесса
ОПК-6.2	Использует в практической деятельности методы эффективного управления производственным предприятием и его подразделениями, навыки применения теоретических знаний по экономике и организации производства при внедрении современных и инновационных технологий на предприятии

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 академических часов, в том числе:

- контактная работа – 31,2 академических часов;
- аудиторная – 27 академических часов;
- внеаудиторная – 4,2 академических часов;
- самостоятельная работа – 41,1 академических часов;
- в форме практической подготовки – 0 академических часов;
- подготовка к экзамену – 35,7 академических часов

Форма аттестации - экзамен, курсовая работа

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в академических часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1.								
1.1 Основы экономики услуг сервиса	4	4		2	10	- Подготовка к практическому занятию. - Выполнение практических работ (решение задач), предусмотренных рабочей программой дисциплины - Самостоятельное изучение учебной и научной литературы - Работа с компьютерными тестовыми системами	- Устный опрос - Тестирование	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2
1.2 Конкурентоспособность продукции (услуг)		4		2	10	- Подготовка к практическому занятию. - Выполнение практических работ (решение задач), предусмотренных рабочей программой дисциплины - Самостоятельное изучение	- Устный опрос - Тестирование	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2

						учебной и научной литературы - Работа с компьютерными тестовыми системами		
1.3 Эффективность: понятие, оценка инвестиционных проектов	4	6		3	11	- Подготовка к практическому занятию. - Выполнение практических работ (решение задач), предусмотренных рабочей программой дисциплины - Самостоятельное изучение учебной и научной литературы - Работа с компьютерными тестовыми системами	- Устный опрос - Тестирование	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2
1.4 Предпринимательство в сфере услуг		4		2	10,1		- Устный опрос - Тестирование	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2
1.5 Экзамен								ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2
Итого по разделу		18		9	41,1			
Итого за семестр		18		9	41,1		экзамен,кр	
Итого по дисциплине		18		9	41,1		экзамен, курсовая работа	

5 Образовательные технологии

При реализации программы дисциплины используются как традиционные технологии в виде аудиторных занятий, состоящих из лекционных, практических, тестирование остаточных знаний студентов, их работу с рекомендованной литературой.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

1) традиционные образовательные технологии (информационная лекция, практические (семинарские) занятия);

2) информационно-коммуникационные образовательные технологий: использование электронных образовательных ресурсов (электронный конспект лекций) при подготовке к практическим занятиям, чтение лекций с использованием презентаций практическим занятиям.

3) технология проблемного обучения - обучения - предполагает постановку проблемных вопросов, создание учебных проблемных ситуаций, использование кейс-метода в рамках изучаемых тем (проблемная лекция, практические занятия в форме практикума, кейс-метода);

4) игровые технологии (ролевые и деловые игры);

5) технологии проектного обучения (творческий проект);

6) интерактивные технологии (семинар-дискуссия).

Лекционные занятия наряду с сообщением учебной информации предполагают и решение следующих дидактических задач: заинтересовать студентов изучаемой темой, разрушить неверные стереотипы, убедить в необходимости глубокого освоения материала, побудить к самостоятельному поиску и активной мыслительной деятельности, помочь совершить переход от теоретического уровня социально-экономического планирования в муниципальных образованиях к прикладным знаниям в данной области.

Проведение групповых (семинарских и практических) занятий предполагает решение разнообразных дидактических задач: закрепление полученных знаний, формирование умения применять их на практике, совершенствование умения работать с информацией, анализировать, обобщать, принимать и обосновывать решения, аргументировано защищать собственные взгляды в дискуссии, взаимодействовать с другими членами группы в процессе разрешения конфликтных ситуаций.

Самостоятельная работа студентов предусматривает использование основных дидактических материалов, размещенных на образовательном портале ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова» <http://newlms.magtu.ru>.

Еще одним элементом образовательных технологий является тестирование по основным темам учебного курса, реализованного на базе образовательного портала ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова» <http://newlms.magtu.ru>, при разработке тестовых материалов используются фонды оценочных средств, сконструированные с помощью сервиса «Мастер ФОС» НИИ МКО (<https://i-exam.ru>).

Для оценки уровня обученности студентов на всех этапах обучения используются инструменты разработанные НИИ мониторинга качества образования: тестирование в рамках проектов «Федеральный интернет-экзамен в сфере профессионального образования (ФЭПО)», «Интернет-тренажеры в сфере образования» (<https://i-exam.ru>).

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации
Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
а) Основная литература:

1. Бычков, В. П. Экономика предприятия и основы предпринимательства в сфере автосервисных услуг : учебник / В.П. Бычков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 394 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/22265. - ISBN 978-5-16-018831-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2063450> (дата обращения: 12.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

2. Бычков, В. П. Организация предпринимательской деятельности в сфере автосервисных услуг : учебное пособие / В.П. Бычков. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 208 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004861-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2082881> (дата обращения: 12.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

3. Глухих, П. Л. Технологическое предпринимательство : учебное пособие / П.Л. Глухих. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1083294. - ISBN 978-5-16-020452-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2174465> (дата обращения: 12.04.2025). – Режим доступа: по подписке

б) Дополнительная литература:

1. Лапушта, М. Г. Предпринимательство : учебник / М. Г. Лапушта. — изд. испр. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 384 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019212-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2084148> (дата обращения: 12.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

2. Предпринимательство и стартапы : практическое руководство / М. Андрессен, С. Бланк, Т. Батлер [и др.]. - Москва : Альпина Паблишер, 2023. - 156 с. - ISBN 978-5-9614-7479. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2138707> (дата обращения: 12.04.2025)

3. Барроу, П. Бизнес-план, который работает / П. Барроу, Р. Брэнсон ; пер. с англ. Е. М. Пестеревой. - Москва : Альпина Пабл., 2023. - 288 с. - ISBN 978-5-9614-7688-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2180245> (дата обращения: 12.04.2025)

4. Буров, В. П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика : учебное пособие / В.П. Буров, А.Л. Ломакин, В.А. Морошкин. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 192 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-018750-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2053971> (дата обращения: 12.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

в) Методические указания:

1. Джакубова, Т. Н. Бизнес-план: расчеты по шагам : практическое пособие / Т. Н. Джакубова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Финансы и Статистика, 2021. - 105 с. - ISBN 978-5-00184-034-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1522846> (дата обращения: 26.01.2025). – Режим доступа: по подписке.

2. Технологическое предпринимательство и управление проектами : практикум / В.В. Двоглазов [и др.] ; под. ред. В.В. Двоглазов. - Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2024. - 114 с. - ISBN 978-5-8158-2395-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2179464> (дата обращения: 12.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

3. Приложение 3. Методические указания к курсовой работе

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование	№ договора	Срок действия лицензии
MS Office 2007	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно	бессрочно
FAR	свободно	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный институт промышленной собственности»	URL: http://www1.fips.ru/
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Электронная база периодических изданий East View	https://dlib.eastview.com/

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

2. Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

Комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей. 3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся: персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета

4. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

По дисциплине предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

Краткое содержание тем и перечень контрольных вопросов

Тема 1. Основы экономики услуг сервиса

Экономические системы и отношения. Функции экономической науки. Уровни экономического анализа: микро- и макроэкономика. Блага, потребности, ресурсы, производственные возможности общества и экономический выбор. Взаимосвязь производства, распределения, обмена и потребления. Общественное производство. Альтернативные издержки. Экономическая наука и политика. Экономические категории и законы. Закон ограниченности ресурсов. Редкость и выбор. Эффективность. Кривая производственных возможностей. Вмененные издержки. Закон возрастания вмененных издержек. Предельный продукт труда. Закон убывания предельного продукта. Экономические цели общества. Потребительские предпочтения и предельная полезность - теории потребительского поведения, действие эффекта дохода и эффекта замещения, закон убывающей предельной полезности. Спрос, и факторы его определяющие. Спрос и объем спроса. Закон спроса. Эластичность спроса по цене и по доходу. Предложение и факторы, его определяющие. Закон предложения. Эластичность предложения. Перекрестная эластичность. Равновесный объем и равновесная цена. практическое занятие Сущность и значение применения методов экономической науки в современной жизни общества. Проблема экономического выбора. Роль собственности в обществе. Рыночное равновесие, последствия его нарушения. Практическое применение эластичности спроса и предложения на рынке услуг сервиса.

1. В чем заключается сущность и содержание маркетинговой деятельности на рынке автосервисных услуг?
2. Как и для чего осуществляется сегментирование рынка автосервисных услуг?
3. В чем заключается сущность методики определения емкости рынка автосервисных услуг?
4. В чем заключаются особенности ценообразования в автосервисе?
5. Назовите основные виды рекламы автосервисных услуг на малых СТО.

Тема 2. Конкурентоспособность продукции (услуг)

Понятие и показатели качества продукции. Эволюция взглядов на качество продукции. Понятие конкурентоспособности продукции. Классификация показателей, раскрывающих конкурентоспособность продукции. Стандартизация и сертификация в системе обеспечения качества и конкурентоспособности продукции. практическое занятие Методические подходы к количественной оценке конкурентоспособности продукции. Информационное обеспечение оценки конкурентоспособности продукции. Проблемы поддержания качества и конкурентоспособности продукции в рыночных условиях.

1. Приведите определение конкуренции и конкурентоспособности СТО.
2. Назовите основные направления повышения конкурентоспособности СТО.
3. Дайте определение конкурентоспособности автосервисных услуг и станции технического обслуживания автомобилей.

4. Дайте характеристику метода "прямой приемки" при организации автосервисных услуг.
5. Перечислите основные стратегии конкуренции на рынке автосервисных услуг.
6. Что такое диверсификация производства и каковы ее особенности на стадии технического обслуживания?
7. В чем заключается сущность фирменного обслуживания автомобилей?
8. Приведите характеристику основных способов организации автосервисных услуг.
9. Каковы особенности оперативного управления производством на СТО?
10. Дайте характеристику непроизводственным услугам, которые выполняет СТО.
11. Каковы особенности организации автосервисного обслуживания в сельской местности?

Тема 3. Эффективность: понятие, оценка инвестиционных проектов

Сущность, значение, виды эффективности. Оценка инвестиционных проектов. Критерии принятия решения о целесообразности инвестирования средств. практическое занятие Расчет прибыльности инвестиционных проектов. Критерии принятия решения о целесообразности инвестирования средств.

1. В чем заключается сущность и назначение бизнес-планирования на СТО?
2. Каково содержание бизнес-плана проекта создания СТО?
3. Как осуществляется расчет потребности СТО в материальных и трудовых ресурсах?
4. Назовите состав затрат на выполнение услуг СТО и проведите методику их расчета?
5. Назовите основные показатели оценки эффективности проекта СТО. Как рассчитываются эти показатели?

Тема 4. Предпринимательство в сфере услуг

Методы государственного регулирования предпринимательской деятельности. Сущность предпринимательства, виды, сферы реализации. Методы генерации предпринимательской идеи. Бизнес-план как инструмент ведения бизнеса. практическое занятие Тренинг генерации предпринимательских идей. Составление типовых бизнес-планов. Налогообложение сферы услуг.

1. Перечислите методы государственного регулирования предпринимательской деятельности и раскройте их сущность.
2. Приведите характеристику нормативно-правового обеспечения автосервисных услуг.
3. В чем заключается сущность сертификации автосервисных услуг и запасных частей?
4. Перечислите основные элементы инфраструктуры поддержки малого предпринимательства и каковы перспективы их развития?
5. Почему малые предприятия нуждаются в государственной поддержке?
6. В чем особенности микрофинансирования малых предприятий и индивидуальных предпринимателей?
7. Перечислите недостатки в организации малого бизнеса в России.
8. Что такое франчайзинговая система организации малого предпринимательства и каковы перспективы ее применения в сфере автосервисных услуг?
9. Почему франчайзинг называется льготным предпринимательством?
10. Налогообложение сферы автомобильного сервиса

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
ОПК-6: Способен оценивать социальные, правовые и общекультурные последствия принимаемых решений при осуществлении профессиональной деятельности.		
ОПК-6.1	- Применяет на практике решения в области профессиональной деятельности, используя нормативные акты и правовые нормы эффективной организации процесса	<p>Вопросы к экзамену:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рыночная система. Понятие рынка, его функции. Виды рынков. 2. Закон предложения, функция предложения. Закон спроса, функция спроса. Равновесная цена. 3. Рыночный механизм установления равновесия. Равновесие по Л. Вальрасу. Равновесие по А. Маршаллу. 4. Устойчивость равновесия, виды. Излишки потребителя и производителя. 5. Совокупный спрос и совокупное предложение. 6. Эластичность спроса и предложения. Ценовая эластичность. 7. Перекрестная эластичность. Эластичность спроса по доходу. 8. Теории поведения потребителя и производителя. Полезность блага. Особенности потребительского спроса. 9. Кривая безразличия. Бюджетное ограничение. 10. Эффект дохода и эффект замещения. 11. Взаимодополняемость и взаимозаменяемость благ. Парадокс Гиффена. 12. Монополия. Чистая монополия, естественная монополия. Ценовая дискриминация. Барьеры входа и выхода (в отрасли) 13. Антимонопольное законодательство. Показатели монопольной власти. 14. Олигополия, монополистическая конкуренция, чистая конкуренция. 15. Производство экономических благ. Два подхода к выделению факторов производства: марксистский и маржиналистский. Факторы производства. 16. Производственная функция. Рабочая сила, физический капитал, земля, предпринимательская деятельность. Закон убывающей производительности. Правило наименьших издержек. 17. Выбор производственной технологии. Изокоста. Изокванта.

		<p>18. Понятие, предмет и объект конкуренции.</p> <p>19. Роль и значение конкуренции в рыночной экономике.</p> <p>20. Виды конкуренции. Эволюция теоретических взглядов на конкуренцию.</p> <p>21. Монополизация экономики.</p> <p>22. Законодательство Российской Федерации в сфере антимонопольного регулирования.</p> <p>23. Понятие и показатели качества продукции.</p> <p>24. Понятие и показатели конкурентоспособности продукции.</p> <p>25. Оценка конкурентоспособности продукции.</p> <p>26. Стандартизация и сертификация в системе обеспечения качества и конкурентоспособности продукции.</p> <p>27. Назначение и функции бизнес-плана.</p> <p>28. Структура бизнес-плана.</p> <p>29. Последовательность разработки бизнес-плана.</p> <p>30. Выработка идеи проекта.</p> <p>31. Процесс создания и продвижения проекта.</p> <p>32. Источники формирования идеи проекта.</p> <p>33. Методы выработки идеи проекта.</p> <p>34. Основные характеристики этапов жизненного цикла новых товаров.</p> <p>35. Анализ внешней и внутренней среды проекта.</p> <p>36. Анализ производственных возможностей фирмы в реализации идеи проекта.</p>
ОПК-6.2	<p>- Использует в практической деятельности методы эффективного управления производственным предприятием и его подразделениями, навыки применения теоретических знаний по экономике и организации производства при внедрении современных и инновационных технологий на предприятии</p>	<p>Задание 1. Прочитайте приведенные ниже примеры и ответьте на вопросы: в каком случае можно говорить об инновациях? в каком – нет? Обоснуйте свое мнение. Для ситуаций, когда создана инновация, уточните ее вид.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В институте мясомолочной продукции разработан новый метод созревания сыра. 2. Проведено изменение упаковки йогурта. Полностью изменилась этикетка: появился новый логотип, изменилось изображение. 3. Компания стала использовать методы стратегического планирования. 4. Компания – производитель мебели изменила дизайн комплекта мебели для повышения его привлекательности. 5. Компания, имеющая сеть кафе, впервые вышла с предложением приобрести у нее франшизу. 6. Компания осуществила переход от функциональной организационной структуры к

		<p>матричной.</p> <p>Задание 2. Группа сотрудников специализированного предприятия нашла новое оборудование для изготовления раствора. Экспериментальный образец оправдал ожидания изобретателей. Если бы Вы были руководителем малого предприятия, то какой вариант действий выбрали бы Вы? Обоснуйте</p> <ol style="list-style-type: none">1. организация совместной разработки и выпуска оборудования с каким-нибудь крупным предприятием или научно-техническим объединением;2. заключение лицензионного договора с каким-нибудь крупным предприятием или научно-производственным объединением относительно права разработки и выпуска оборудования;3. самостоятельная разработка документации, выпуск экспериментальных образцов и последующее серийное его изготовление;4. патентование оборудования от имени малого предприятия и дальнейшая продажа патента без проведения специальной разработки. <p>Задание 3. Цель задания: ознакомление с сущностью и содержанием инновационной деятельности и изучение основных определяющих характеристик инновации.</p> <p>Ситуация для анализа: «Инновационная деятельность научно-производственного центра «Реликт».</p> <p>Научно-производственный центр «Реликт» является одной из крупнейших отечественных фирм по созданию компьютерных технологий для швейной индустрии. Компания занимает 20% этого наукоемкого рынка и выпускает более 50 программ в год. А начинала эта компания с пошива чехлов для автомобильных сидений...</p> <p>Начало бизнеса</p> <p>Начало 1990-х гг. было трудным моментом в истории отечественной отраслевой науки: бюджетное финансирование резко сократилось, традиционные заказчики оказались на грани банкротства. Уровень оплаты труда работников НИИ порой не соответствовал даже прожиточному минимуму. Не был исключением и Центральный научно-исследовательский институт швейной промышленности, где трудились те, кто составляет сейчас кадровое ядро «Реликта». Именно в этот период у них родилась</p>
--	--	---

бизнес-идея, с реализации которой началась история компании.

Научный коллектив подошел к проблеме «выживания» с маркетинговой точки зрения и, перед тем, как выйти на рынок, провел маркетинговое исследование. Целью этого этапа было определение места сосредоточения платежеспособного спроса. Выяснилось, что это те же люди, кто приобретает автомобили. Было принято решение об использовании разработанной в НИИ уникальной технологии по соединению лоскута в производстве чехлов для автомобилей. Благодаря этой запатентованной технологии лоскутное (а значит, более дешевое) изделие казалось непосвященному человеку сшитым из полноценной ткани и при этом искусно декорированным. Коллектив приобретал по бросовым ценам фабричные производственные отходы – остатки дорогих натуральных тканей и мехов – и шил качественные долговечные чехлы. Сбывали продукцию также без посредников. Товар пользовался огромным спросом. Были заключены договоры с простаивающими ателье, и бизнес пошел в рост.

Однако через некоторое время коллектив верно спрогнозировал падение спроса на свою продукцию. Во-первых, появились дешевые импортные аналоги, а во-вторых, сама продукция перестала быть настолько актуальной. Коллектив «Реликта» переориентировался на новую нишу...

Новый рынок

Новая ниша, которую выбрали себе ученые, - пошив спецодежды. Во-первых, здесь можно успешно использовать технологические разработки сотрудников НИЦ «Реликт». Рабочая одежда должна быть прочной и долговечной, поэтому для нее используются особые ткани, требующие особой технологии пошива. С другой стороны, ткани и технологии не должны быть дорогостоящими, так как уровень цен на такую продукцию должен оставаться невысоким.

Успех нового предприятия строился на том, что сотрудники компании смогли правильно спрогнозировать ситуацию на рынке профессиональной одежды и грамотно оценить характер и объем спроса.

К середине 1990-х гг. на рынке России появились компании, готовые платить за корпоративную одежду, являющуюся частью фирменного стиля. Причем каждая компания требовала эксклюзивности продукции, с одной стороны, и ее многофункциональности – с другой. Технология «Реликта» давала возможности гибкого реагирования на нужды заказчика, при этом сохранялась низкая

себестоимость, что создавало и значительное ценовое преимущество перед западными конкурентами.

Компания начала с уже освоенного платежеспособного сектора – автосервисов, которые приобретали форму для автослесарей, мойщиков автомобилей и технического персонала. Затем стали поступать заказы от медицинских учреждений, охранных агентств, магазинов, авиакомпаний и т.д.

Необходимость частой смены моделей и работа малыми партиями (от 20 до 100 единиц) сдерживали рост бизнеса. Исполнение заказов требовало оперативности, а затраты на переподготовку производственных мощностей под новый заказ составляли 50% от всей стоимости проектов и требовали не только средств, но и времени. И тогда «Реликт» внедрил еще одну инновацию – компьютерную систему проектирования спецодежды. С ее помощью удалось сократить подготовительный цикл работ перед запуском модели в производство в пять-семь раз. За один рабочий день теперь можно было успеть нарисовать эскиз, сделать лекала на все заказанные размеры и выкройки, рассчитать, сколько понадобится ткани, описать все технологические операции и их последовательность для конкретной модели. Успех такой программы был очевиден, и фирма «Реликт» получила значительное конкурентное преимущество на рынке профессиональной одежды, но на очереди была другая инновация...

Новая стратегия бизнеса

Вместо того, чтобы использовать свое ноу-хау и получать сверхприбыль в выбранном секторе, компания нашла новое рыночное окно с великолепной перспективой роста. «Реликт» продает свою запатентованную технологию конкурентам, имеющим крупные производства (что позволяет использовать эффект экономии на масштабах), и сосредотачивает свою деятельность на создании компьютерных технологий для швейных производств разной направленности.

К концу 1990-х гг. программный продукт «Реликта» использовали не только компании, специализирующиеся на пошиве спецодежды, но и предприятия по пошиву мужских и женских костюмов, детской одежды, меховых и кожаных изделий. Свою продукцию компания стала реализовывать и мебельным производителям, так как при использовании уникальной компьютерной технологии «Реликта» себестоимость производства мягкой мебели снизилась на 5-7%.

Последней новацией стало создание компьютерной программы, позволяющей

		<p>персонифицировать каждую единицу продукции под индивидуальные особенности фигуры человека.</p> <p>Целевым рынком «Реликта» являются небольшие, быстро развивающиеся швейные предприятия с числом занятых около 30 человек и ежегодным оборотом приблизительно 500 тыс. долл. в год. Таких предприятий в России около полутора тысяч. Однако лишь четвертая часть из них готова к профессиональному использованию компьютерных технологий. Но и те компании, которые внедряют новые технологии, также ограничены в средствах, поэтому «Реликт» дифференцировал свою продукцию и старается удовлетворить различные требования клиентов. Для продвижения своей продукции компания воспользовалась механизмом государственной поддержки малого бизнеса. В России есть Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Покупатели компьютерной технологии «Реликта» могут получать через фонд необходимое для ее установки оборудование на выгодных лизинговых условиях. А стоимость вычислительной техники и периферии составляет 50-70% от общих затрат по внедрению компьютерного проектирования одежды. Благодаря этому нововведению продажи «Реликта» выросли на 60 %.</p> <p>Таким образом, активная инновационная политика и грамотный маркетинговый подход обеспечили малому предприятию «Реликт» устойчивый рост и перспективы развития на рынке России.</p> <p>Аналитическое задание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучив ситуацию для анализа, перечислить инновации компании «Реликт». 2. На основе таблицы дать характеристику инноваций компании «Реликт» по основным классификационным признакам. 3. Подумайте и определите факторы, влияющие на инновационную активность и восприимчивость производителей.
<p>ОПК-2: Способен принимать обоснованные решения в области проектного и финансового менеджмента в сфере своей профессиональной деятельности;</p>		
ОПК-2.1	<p>Планирует проектную деятельность по разработке и выпуску проектной документации технологической части</p>	<p>Курсовая работа в общем виде представляет собой бизнес-план проекта технологического бизнеса и защищается в формате презентации.</p> <p>Структура курсовой работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Название проекта. 2. Актуальность проекта / проблема, требующая решения.

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Рынок. 4. Ценностное предложение. 5. Предлагаемый продукт / технология. 6. Аналоги / конкуренты / конкурентные преимущества. 7. Интеллектуальная собственность. 8. Маркетинговый план. 9. Производственный план. 10. Партнеры. 11. План реализации проекта. 12. Коммерциализация проекта. 13. Риски проекта. 14. Команда проекта. 15. Предложения о партнерстве.
ОПК-2.2	<p>Применяет современные экономические методы повышения эффективности использования технических и материальных ресурсов</p>	<p>Задача 1. Владелец патента на производство фотоаппаратов Canon предоставляет компании Зенит право на его использование за определенное вознаграждение. Срок службы патента 5 лет, в течение которых компания Зенит предполагает произвести и продать следующий объем фотоаппаратов: 1 год – 1 тыс. шт., 2 год – 3 тыс. шт., 3 год – 4 тыс. шт., 4 год – 5 тыс. шт. Расходы, связанные с обеспечением патента, составляют 5 тыс. долл. в год. Маркетинговые исследования показали, что средняя продажная цена фотоаппарата Canon на сегодняшний день составляет 100 долл. и будет расти в среднем за год на 25%. Себестоимость равна 80 долл. Доходность, требуемая акционерами компании Зенит, 30%. Нужно ли компании Зенит приобретать патент?</p> <p>Задача 2. Процесс освоения нового деревообрабатывающего станка базируется на изготовлении 4 партий изделий и заканчивается выпуском 80 изделий. Планируемая трудоемкость изготовления изделия по окончании освоения 2500 нормо-ч/шт. Кривая освоения характеризуется рассчитанным на основе метода экстраполяции показателем крутизны кривой освоения, равным 0,5. Планируемая трудоемкость в месяц составляет 16700 нормо-ч/мес. Определить: коэффициент освоения нового вида изделий; трудоемкость изготовления каждой партии новых станков; планируемый объем трудовых затрат за весь период освоения; объем необходимых и дополнительных трудовых затрат; плановую длительность периода освоения. Построить кривую освоения, охарактеризовав динамику изменения трудоемкости</p>

		изготовления нового вида станка.
--	--	----------------------------------

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме зачета.

Экзамен по данной дисциплине проводится в устной форме по билетам, каждый из которых включает один теоретический вопрос и одно практическое задание.

Показатели и критерии оценивания Экзамена:

– на оценку «отлично» (5 баллов) – обучающийся демонстрирует высокий уровень сформированности компетенций, всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, свободно выполняет практические задания, свободно оперирует знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

– на оценку «хорошо» (4 балла) – обучающийся демонстрирует средний уровень сформированности компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

– на оценку «удовлетворительно» (3 балла) – обучающийся демонстрирует пороговый уровень сформированности компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

– на оценку «неудовлетворительно» (2 балла) – обучающийся демонстрирует знания не более 20% теоретического материала, допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

– на оценку «неудовлетворительно» (1 балл) – обучающийся не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Методические указания к курсовой работе

Курсовая работа в общем виде представляет собой бизнес-план проекта технологического бизнеса и защищается в формате презентации.

Курсовая работа включает в себя следующие составляющие:

1. Титульный лист.
2. Задание на курсовую работу
3. Содержание
4. Слайды презентации в соответствии со структурой, представленной ниже.
5. Список использованных источников
6. Приложения (при необходимости).

Соответственно, структура курсовой работы аналогична структуре бизнес-плана:

1. Название проекта.
2. Актуальность проекта / проблема, требующая решения.
3. Рынок.
4. Ценностное предложение.
5. Предлагаемый продукт / технология.
6. Аналоги / конкуренты / конкурентные преимущества.
7. Интеллектуальная собственность.
8. Маркетинговый план.
9. Производственный план.
10. Партнеры.
11. План реализации проекта.
12. Коммерциализация проекта.
13. Риски проекта.
14. Команда проекта.
15. Предложения о партнерстве.

1. Название проекта.

Идею технологического бизнеса студент выбирает самостоятельно. Ключевое требование к идее – ее инновационность. При этом область применения идеи, т.е. отрасль технологического бизнеса, может быть любой (нефтегазовый комплекс, машиностроение, сфера услуг и др.). Название проекта должно быть по возможности коротким и отражающим его суть.

2. Актуальность проекта / проблема, требующая решения.

В данном разделе нужно подробно описать ту проблему, которую вы решаете своим проектом. Нужно показать, что эта область действительно актуальна, важна и что достойного решения не существует.

Ответьте на следующие вопросы.

- Какие, в какой отрасли и чьи проблемы ваш проект решает (какую потребность он удовлетворяет)?
- На чем основана ваша уверенность в положительных результатах проекта?
- Если нет аналогов, то по каким причинам (неактуально, не додумались, различие в подходах)?

Какую головную боль вы убираете своим проектом?

Если проблем много – выбирайте главную. Правильно фокусируйтесь и делайте акценты. Реально существующая и правильно идентифицированная проблема – основа успеха вашего проекта. Убедитесь, что донесли ее до аудитории.

3. Рынок.

В этом структурном блоке определяется, какие группы людей и организаций предприятие рассчитывает привлекать и обсуждать. Клиенты делятся на сегменты, если у

них есть разные потребности; вы общаетесь с ними через разные точки касания; с ними необходимо строить взаимоотношения по-разному; доход существенно различается; их привлекают разные моменты вашего предложения.

Этот блок должен прояснить, для кого вы делаете продукт значимым, кто ваш главный потребитель, какая у вас целевая аудитория. Опишите ее, адресоваться ко всем – это не адресоваться ни к кому.

В разделе также нужно оценить реальный объем целевого рынка. Если вы делаете колесные болты, то это рынок колесных болтов, а не мировой рынок автомобилей – или даже автозапчастей. Оценить нужно географию рынка (российский рынок, рынок стран СНГ или зарубежный рынок). Также нужно идентифицировать ваш рынок («широкий рынок» – большое количество разнообразных потребителей, «нишевой рынок» – определенная ограниченная группа потребителей с определенным объемом ниши, корпоративный (единичный) потребитель со стабильными или растущими объемами). Кроме того, следует отметить, имеются ли заказы или предварительные договоренности на поставки. Также оцените объем и темп роста рынка (в числах) и степень насыщения рынка аналогичным продуктом.

Итак, ответьте на следующие вопросы:

- Какими вы представляете свои рынки?
- На каких из них ваше предприятие уже задействовано?
- Какие товары пользуются спросом?
- Кто ваш покупатель в настоящее время? Самый важный четвертый вопрос, так как товары покупают люди, а не организации.
- Как бы вы охарактеризовали свой рынок?
- Какова емкость вашего рынка (рынков)?
- Какая доля рынка приходится на вашу компанию?
- Каков потенциал роста данного рынка?

Что будет происходить с вашей долей по мере расширения рынка: сократится она или увеличится?

- Относится данный рынок к числу конкурентных или нет; если нет, то почему?

4. Ценностное предложение.

Блок включает описание товаров и услуг, которые представляют ценность для определенного потребительского сегмента. Ценностное предложение – ясное, краткое и действенное заявление о ценности, которую вы приносите конкретному клиенту (заказчику, инвестору, заинтересованным сторонам). Это совокупность преимуществ, которые компания готова предложить своим клиентам. Ценностные предложения – причина, почему клиенты отдают предпочтение одной компании перед другой. Они решают проблемы клиентов или удовлетворяют их потребности.

Ценностное предложение формируется по следующей схеме:



В результате должно быть сформировано следующее ценностное предложение:

Наш (товар или услуга) помогает (потребительский сегмент), которые хотят (выполненная задача), тем, что (определенные действия – снижает, избавляет от...) и (определенные действия – снижает, избавляет от...), в отличие от (ценностное предложение конкурентов).

5. Предлагаемый продукт / технология.

В данном разделе следует описать, какой конкретно продукт, на какой стадии (макет, опытный образец, сертифицированный промышленный образец и т.д.) и с какими характеристиками (в сравнении с аналогами) вы собираетесь получить за инвестиционный период. Также здесь нужно отразить отзывы и заключения экспертов (при наличии). Кратко опишите конкурентные преимущества продукта (в следующем разделе они будут уже более подробно рассмотрены).

Итак, примерное содержание раздела:

Название, стадия и отличительные особенности продукта (детальное описание продукта, предлагаемого конечным потребителям).

Подтверждение заявленных характеристик продукции проекта (в том числе независимой экспертизой, а также необходимые разрешения, сертификаты и их наличие).

Особенности прямого применения продукта (описание всех особенностей прямого применения предлагаемого продукта или услуги).

Возможности альтернативного применения продукта (описание всех особенностей альтернативного (если таковое имеется) применения предлагаемого продукта или услуги).

6. Аналоги / конкуренты / конкурентные преимущества.

В данном разделе следует писать, чем ваше изобретение лучше (дешевле, мощнее, быстрее, проще по конструкции, надежнее и т.д.) аналогов. Если аналогов не нашли, лучше сослаться на какое-нибудь НИИ: «По данным такого-то института аналогов в России/мире не существует». Хороший инструмент – сравнительные таблицы. При этом очень важно тщательно выбрать сравниваемые параметры и визуально выделить свой продукт.

Ответьте на следующие вопросы:

В чем преимущество вашего решения перед конкурентами / субститутами?

По каким важным для пользователя параметрам вы их превосходите?

Почему эти параметры важны для покупателя?

Примеры конкурентных преимуществ продукта:

значительно дешевле, но лучшего качества;

несколько дороже, но значительно лучшего качества, обладает новыми потребительскими свойствами;

сложен при копировании, обладает высоким барьером для конкурентов.

7. Интеллектуальная собственность.

Интеллектуальная собственность является одним из ключевых элементов инновационного проекта. В данном разделе следует описать интеллектуальную собственность, которая существует в проекте и подлежит патентной защите. Иными словами, необходимо перечислить все имеющиеся патенты, включая уже поданные заявки (РСТ).

Итак, ответьте на следующие вопросы:

Закреплены ли права на используемую технологию за вами, кем-то из вашей команды?

Если права на интеллектуальную собственность принадлежат третьему лицу, как вы учитываете это в своем проекте?

8. Маркетинговый план.

При заполнении данного раздела следует описать ваши взаимоотношения с клиентом (какие взаимоотношения с вами ожидает получить каждый потребитель?) и каналы сбыта (через какие каналы будут происходить поставки в потребительский сегмент?).

Ответьте также на следующие вопросы:

Как ваши покупатели узнают о вас и почему заинтересуются?

- Как вы видите свой процесс продаж?
- В чем сила и слабость ваших конкурентов на поле маркетинга и продаж?
- Как вы собираетесь дифференцироваться?
- Кто этим всем занимается в вашей компании?
- Если уже есть продажи – обязательно говорите о них!

9. Производственный план.

Основной целью составления производственного плана является доказательство потенциальным партнерам способности компании качественно и в срок производить товар (услугу), т.е. эффективности компании. В разделе основной акцент делается на ключевых видах деятельности, необходимых для придания ценности продукту, и на ключевых ресурсах, нужных для придания значимости продукту.

Ответьте на следующие вопросы:

Предприятие, являющееся производителем товаров, является действующим или вновь создаваемым?

Какой минимальный объем производственных мощностей необходим для производства продукции в запланированном объеме, какова предположительная динамика (разумеется, в сторону увеличения) производственных мощностей с течением времени?

Каким образом будет организована сырьевая, материальная и комплектующих на предприятии? Желательно привести перечень поставщиков и дать им краткие характеристики.

Обеспечено ли предприятие-производитель необходимым оборудованием и прочими основными средствами, если нет – то когда оно будет обеспечено и каким образом?

Как выглядит технологический процесс (желательно продемонстрировать его схематично)?

10. Партнеры.

Для реализации любого проекта необходимы надежные связи с поставщиками ресурсов, технологий, посредниками, агентами рынка. В данном разделе важно показать, что вы понимаете какие контакты с партнерами необходимы вашему проекту, с кем вы уже выстроили отношения, как планируете выстраивать отношения с другими партнерами. Компании строят партнерские отношения с разными целями, и они становятся основой многих бизнес-моделей. Фирмы создают партнерские союзы, чтобы оптимизировать свои бизнес-модели, снизить риски или получить ресурсы.

Ответьте на следующие вопросы:

- Перечислите ваших ключевых партнеров.
- Какую роль играет каждый ключевой партнер в проекте?
- Кто требуется для реализации проекта?
- Как персонал будет взаимодействовать между собой?
- Кто осуществляет общий контроль?
- Как предприятие взаимодействует с внешними партнерами?
- Кто ваши ключевые партнеры?
- С кем из партнеров уже проведены переговоры и заключены соглашения?
- Какова степень участия партнеров в проекте?

11. План реализации проекта.

Волшебная последовательность вопросов для развития любого бизнеса: «где мы сейчас? – где мы хотим оказаться? – как мы туда попадем?». Стартапу, ищущему инвестиции, не помешает вдобавок показать инвестору, как он оказался там, где он сейчас: какие средства и кем вложены, какие успехи достигнуты. Постройте простой линейный график жизни вашего проекта – от идеи до сего дня, от сего дня до полной реализации (как бы вы ее себе не представляли – продажа стратегу, выход на NASDAQ или построение транснациональной корпорации). На этом графике – основные вехи с датами, основные показатели эффективности, потребности и задачи. Сюда уже можно включить и примерные потребности в инвестициях (когда будут нужны деньги, сколько примерно, и на какой ключевой этап развития

вы благодаря им выйдете).

Итак, ответьте на следующие вопросы:

- Какие основные этапы включает проект?
- Как данные этапы распределены во времени?
- Какие участники проекта задействованы на каждом этапе проекта?

План реализации может быть представлен в табличной форме, диаграмме Гантта или дорожной карте.

12. Коммерциализация проекта.

Никто не знает наверняка, как будет развиваться ваш бизнес, даже вы. Поэтому графики с точными цифрами продаж до 3 знака после запятой в 2025 году выглядят наивно. Но когда вы строите планы, вы основываетесь на некоторых гипотезах и предположениях («предположим, конкурент А не выйдет с аналогичным решением в ближайшие 3 года», «предположим, что нам удастся заключить контракт с покупателем А» и т.п.). Ваш прогноз должен строиться по формуле «если [условие], то [результат]». Подумайте о ключевых моментах развития проекта и о том, каких показателей вы должны достигать в эти моменты, чтобы понять, на правильном ли вы пути. Включите эти метрики в свой рассказ.

В данном разделе следует уделить внимание структуре издержек и потокам поступления доходов. Ответьте на следующие вопросы:

- Каковы самые значительные затраты в вашей модели?
- Какие из ключевых ресурсов самые дорогие?
- Какие из ключевых видов деятельности самые дорогие?
- За что именно в продукте платит потребитель?
- Как они оплачивают продукт?
- Сколько приносит каждый из источников в итоговый доход?

13. Риски проекта.

В данном разделе вам необходимо продемонстрировать, что вы понимаете риски разработанной вами бизнес-модели, а также риски, связанные с использованием новых технологий. Для ключевых рисков необходимо предусмотреть способы снижения рисков.

14. Команда проекта.

Один из ключевых слайдов. Инвестор хочет знать три вещи о проекте: где здесь деньги, зачем он в этом проекте и зачем вы в этом проекте. Не «почему», а «зачем»!

Не надо много текста и регалий, не надо перечислять всех сотрудников: выделите ключевых людей и те их компетенции, которые релевантны для данного проекта. Самый сильный аргумент – опыт. Успешно внедренные разработки, реализованные ранее стартап-проекты, опыт работы в индустрии (особенно – на стороне потенциального заказчика), опыт в маркетинге и продажах и т.п.

Таим образом в данном разделе следует представить краткие резюме трех-пяти основных участников проекта с указанием опыта работы в подобных проектах либо его отсутствия. Личные и профессиональные характеристики, позволяющие быть уверенными в том, что данный человек справится с возложенными на него обязанностями.

Отметьте на вопросы:

- Кто разрабатывал проект?
- Какая роль была у каждого из участников?
- Как можно связаться с членами команды проекта?
- Какой опыт был у команды или отдельных ее участников, который может убедить инвесторов, что команда сможет реализовать проект?

15. Предложения о партнерстве.

Вы должны с достаточной точностью знать, сколько вам нужно денег для достижения следующего ключевого этапа вашего проекта. Именно следующего этапа, а не «на проект в целом»! И, понятно, вы должны четко понимать, что это за этап. Если этого нет, инвестиций в вас не будет. Вы не «просите денег», а предлагаете инвестиционную возможность тем, кто ее ищет. Поэтому формулируйте четко: сколько нужно денег, на что эти деньги выведут ваш проект (напр., «создание прототипа», «начало продаж» и т.д.). И – сколько вы за эти деньги готовы отдать инвестору. Фразы избегания («об этом мы можем

поговорить отдельно», «я бы не хотел раскрывать информацию публично») говорят не о вашей бизнес-искушенности, а о непонимании вами, что и зачем вы просите.

Ответьте на вопросы:

Что Вы хотите получить? Инвестиции, ресурсы и т.д. Краткое описание использования запрашиваемых инвестиций, на что они будут направлены (структура затрат).

Что вы готовы предложить взамен? Например, размер доли в компании в обмен на инвестиции.

В списке использованных источников должны быть представлены обзоры, научные статьи, учебники и учебные пособия, которыми вы пользовались в процессе написания курсовой работы. Укажите, где вы брали информацию по анализу рынка, по конкурентам, по техническим аспектам предлагаемого вами продукта, по анализу каналов сбыта, ключевых ресурсов, по вашим партнерам, по данным о затратах, ценах и доходах вашего проекта, по рискам и т.д. В списке использованных источников должно быть не менее 10 источников.

ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ И ФОРМАТ СДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

В течение семестра руководитель осуществляет консультирование студентов по вопросам выполнения курсовой работы. Предварительное рецензирование курсовой работы, т.е. сдача работы на предварительную проверку руководителю, не производится.

Доработка или исправление отдельных разделов курсовой работы проводится студентом по результатам предварительных бесед с преподавателем на консультации, и только до окончательной сдачи работы на проверку перед защитой. Курсовая работа является самостоятельной работой студента, поэтому число консультаций ограничивается. Преподаватель дает только направление для исследования и консультирует по методам решения поставленных задач, но не может давать студенту готовых выводов и решений по теме исследования.

Курсовая работа представляется руководителю в сроки, определяемые графиком учебного процесса. Защита также проводится в сроки, определяемые графиком учебного процесса. Порядок проведения защиты устанавливается руководителем.