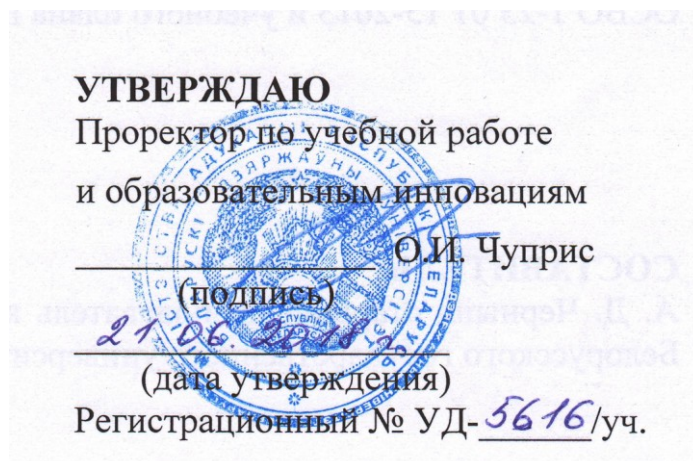


Белорусский государственный университет



РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-23 01 15 Социальные коммуникации

Учебная программа составлена на основе:
ОСВО 1-23 01 15-2013 и учебного плана Е 23 198/уч.

СОСТАВИТЕЛЬ:

А. Д. Черныш, старший преподаватель кафедры социальной коммуникации
Белорусского государственного университета

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой социальной коммуникации Белорусского государственного
университета
(протокол № 13 от 31.05.2018 г.);

Научно-методическим советом Белорусского государственного университета
(протокол № 6 от 16.06.2018 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Развитие бизнеса» относится к дисциплинам по выбору студента компонента учреждения высшего образования цикла специальных дисциплин.

Учебная программа дисциплины «Развитие бизнеса» разработана в соответствии с Образовательным стандартом и учебным планом по специальности 1-23 01 01-15 «Социальные коммуникации»

Цель учебной дисциплины – сформировать у студентов целостное представление относительно места и роли предпринимательства в экономической системе, познакомить их с базовыми компетенциями начинающего предпринимателя, обучить навыкам использования эффективных инструментов и технологий создания и развития предприятия.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать системный взгляд на предпринимательство, роль бизнеса в экономической системе, особенности бизнес-среды в Республике Беларусь
- изучить современные подходы к созданию новых бизнес-моделей, инновационных стратегий;
- сформировать навыки формирования бизнес-планов для нового бизнес-проекта в соответствии со стандартами, принятыми в РБ
- изучить инструменты анализа рынка, оценки потенциала нового бизнес-направления в условиях ограниченного бюджета
- изучить основные законы формирования эффективных команд в бизнесе, управления и мотивации партнеров и сотрудников;
- сформировать навыки и организации продаж, продвижения продуктов и услуг нового направления,

Учебная дисциплина «Развитие бизнеса» читается в седьмом семестре и имеет непосредственную тематическую и предметную связь с дисциплинами «Массовые коммуникации» и «Маркетинговые исследования».

По завершению изучения дисциплины «Развитие бизнеса» студент должен:

знать:

- роль и место предпринимательства в современной экономике;
- особенности и тенденции бизнес-среды в Республике Беларусь;
- основы законодательства и страновых стандартов РБ в области предпринимательства и бизнес-планирования;

уметь:

- сформировать логику бизнес-модели новой формы предпринимательской деятельности;
- определить возможные и оптимальные варианты финансирования и механизмов юридического сопровождения нового бизнеса в РБ;

- подготовить презентацию для потенциального инвестора в бизнес-проект;

- определить перечень задач для исполнения партнерам и подчиненным на ближайшую перспективу для развития бизнеса в сферах: анализ рынка и оценка потенциала бизнеса, продвижение продуктов и услуг, продажи, финансирование, организация команды.

владеть:

- базовыми подходами к формированию новых бизнес-моделей, стратегии в бизнесе;

- классическими и современными инструментами маркетинга, продаж, финансов для развития бизнеса.

Форма получения высшего образования: очная.

На изучение учебной дисциплины «Развитие бизнеса» учебным планом отводится 72 учебных часа, из них 32 – аудиторных, примерное распределение которых по видам занятий включает: 16 лекционных, 14 семинарских и 2 часа управляемой самостоятельной работы.

Форма текущей аттестации по учебной дисциплине – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Предпринимательство в социально-экономической системе мира и РБ

История предпринимательства и его место в экономической системе. Предпринимательство как фактор производства (по Й. Шумпетеру, Ф. Хайеку, Л. Мизесу). Риск как неотъемлемый атрибут предпринимательства. Истоки предпринимательского мировоззрения. Этика капитализма по М. Веберу. Компетенции предпринимателя. История предпринимательства на территории Республики Беларусь. Социально-экономические факторы, оказавшие влияние на формирование современной бизнес-среды. Институциональная среда ведения бизнеса в переходной экономике. Типы бизнесов в современной Беларуси и примеры предприятий

Тема 2. Основы стратегии и бизнес-моделирования

Понятие бизнес-модели, ее основные элементы: ценностное предложение, клиентские сегменты, каналы сбыта и взаимоотношения с клиентами, виды деятельности и ресурсов, ключевые партнеры, структура затрат и потоки поступления доходов. Методология построения бизнес-моделей по А. Остервальдеру и И. Пинье. Классические типа бизнес-модели.

Понятие стратегии и школы стратегии. Три типа бизнес-моделей. Пять «П» Стратегии и школы стратегии Г. Минцберга. Типовые стратегии М. Портера. Значение и типы стратегии в бизнесе.

Тема 3. Основы бизнес планирования и искусство презентации бизнес-проектов

Назначение бизнес-планов. Бизнес-планы для привлечения инвестиций, для получения займов, для планирования и координации деятельности команды. Подходы к бизнес-планированию международных и европейских организаций. Структура бизнес-плана по постановлению Министерства экономики РБ. Порядок составления бизнес-плана и основные требования к содержанию блоков документа. Основы презентации. Принципы построения бизнес-презентаций Д. Желязны. Основные законы визуализации в презентациях. Логика выступления в зависимости от аудитории. Принципы эффективного публичного выступления. Базовый алгоритм бизнес-презентации. Примеры успешных бизнес-презентаций

Тема 4. Основы бизнес-финансов. Финансирование и юридические аспекты малого и среднего бизнеса в РБ

Три основных финансовых отчета. Структура и принципы управленческого баланса, управленческого отчета о прибылях и убытках, управленческого отчета о движении денежных средств. Ключевые показатели эффективности бизнеса. Базовые принципы бухгалтерского учета в РБ. Принципы МСФО (международные стандарты бухгалтерской отчетности).

Поиск финансирования малого и среднего бизнеса. Банковское кредитование, частные инвестиции, венчурные фонды, краудфандинг. Сотрудничество с «бизнес-ангелами» в РБ.

Выбор организационно-правовой формы бизнеса в РБ в зависимости от типа деятельности, планируемого денежного оборота, структуры учредителей и состава команды. Налогообложение малого бизнеса в РБ.

Тема 5. Экспресс-методы анализа рынка

Проведение маркетингового исследования с ограниченным бюджетом. Поиск данных в открытых источниках, внутренних базах данных. Экспертный опрос и бенчмаркинг в реалиях белорусского бизнеса.

Основные направления экспресс-исследований: оценка потенциала нового продукта, тестирование цен, конкурентный анализ, способы анализа потребительских предпочтений

Тема 6. Команда и внутренние коммуникации. Цифровые инструменты в управлении бизнесом

Формирование команды. Типы личности по И. Адизесу и их взаимодействие в команде. Типология командных ролей по Р. Белбину. Социально-психологическая динамика в малой группе. Основы мотивации партнеров и сотрудников. Организация внутренних коммуникаций: социальных и технический аспект. Типовые конфликты между собственниками бизнеса, управляющими сотрудниками. Основы управления конфликтами. Использование информационных технологий в управлении современным бизнесом. Приложения и программы для управления задачами, коммуникациями в команде, аналитической поддержки принятия решений. Интернет-технологии коммуникации с потребителями и сотрудниками предприятия.

Тема 7. Менеджмент на малом предприятии – организационная структура, процессы и проекты

Основные принципы организационной структуры. Механизмы координации и соответствующие им организационные структуры по методологии Г. Минцберга. Понятие бизнес-процесса. Основные инструменты описания и оптимизации бизнес-процессов. Понимание реинжиниринга бизнес-процессов по М. Хаммеру и Д. Чампи. Основы управления проектами в соответствии со стандартами РМВоК (Свод знаний по управлению проектами). Базовые инструменты планирования, управления рисками и коммуникациями в проектах. Компетенции руководителя проекта по стандарту IPMA. Применение подходов Agile в управлении проектами.

Тема 8. Организация продаж. Продвижение продуктов и услуг в новом бизнесе

Построение функции продаж, как ключевого элемента бизнеса. Взаимодействие с потребителем в B2C и B2B. Технологии продаж: личная коммуникация, «продающие» письма, «сложные» продажи. Определение стадий сбытового цикла в новом бизнесе. Формирование системы продаж: команда продавцов и sales-kit (стандарт продаж).

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов		Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия		
1	Предпринимательство в социально-экономической системе мира и РБ	2			
2	Основы стратегии и бизнес-моделирования	2	2		Устный опрос
3	Основы бизнес планирования и искусство презентации бизнес-проектов	2	2		Оценивание на основе проектного метода (защита учебных бизнес-проектов)
4	Основы бизнес-финансов. Финансирование и юридические аспекты малого и среднего бизнеса в РБ	2	2	2	Контрольная работа
5	Экспресс-методы анализа рынка	2	2		Доклад
6	Команда и внутренние коммуникации. Цифровые инструменты в управлении бизнесом	2	2		Деловая игра
7	Менеджмент на малом предприятии – организационная структура, процессы и проекты	2	2		Деловая игра
8	Организация продаж. Продвижение продуктов и услуг в новом бизнесе.	2	2		Деловая игра
	ИТОГО:	16	14	2	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

ОСНОВНАЯ

1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации. СПб.: 2007.
2. Белбин Р. Типы ролей в командах менеджеров. Изд. Гиппо, 2003
3. Дафт Р. Менеджмент. СПб, 2004.
4. Закон Республики Беларусь от 9 декабря 1992 г. № 2020-XII «О хозяйственных обществах» с изменениями и дополнениями.
5. Индивидуальный предприниматель: практическое руководство. Под общей ред. Ю.Л.Фадеева. М.: Эксмо, 2010.
6. Каден Р. Партизанские маркетинговые исследования, М.: Эксмо, 2010.
7. Манн И. Маркетинг без бюджета. 50 работающих инструментов. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.
8. Минцберг Г. Структура в кулаке. Создание эффективной организации. Изд. Питер, 2004.
9. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей. Альпина Паблишер, 2013
10. Портер М. Конкуренция. Обновленное и расширенное издание. М.: Вильямс, 2010 г.
11. Рекомендации по разработке прогнозов развития коммерческих организаций на пять лет и Рекомендации по разработке бизнес-планов коммерческих организаций на год, утвержденные постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 30 октября 2006, № 186.
12. Руководство Ernst & Young по составлению бизнес-планов. М. Альпина, 2010
13. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2007

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

1. Адизес И. Идеальный руководитель. М.: Альпина Паблишер, 2013 г.
2. Качалов И. Планирование продаж с точностью 90% и выше. Изд. Питер, 2008 г
3. Минцберг Г., Альстранд Б., Лампель Ж. Стратегическое сафари. И.: Альпина Паблишер, 2012 г.
4. Митин А., Федорова А., Токарева Ю., Овчинников А. Антикризисное управление персоналом организации. СПб, 2005.
5. Оучи У. Методы организации производства: японский и американский подходы. Пер. с англ. М.1993.
6. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие. М.: «Дашков и К», 2000.
7. Тидор С.Н. Психология управления; От личности к команде. Петрозаводск, 1996
8. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

ПЛАН СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Семинар 1. Основы бизнес-финансов. Финансирование и юридические аспекты малого и среднего бизнеса в РБ бизнеса (**тема 4**)

Семинар проходит в форме совместной работы студентов и преподавателя по подготовке упрощенных форм финансовой отчетности на примере учебного кейса создания, развития и прекращения деятельности предприятия. Студентам предлагается в группах сделать экспресс-обзор финансовой отчетности условного предприятия.

Семинар 2. Экспресс-методы анализа рынка (**тема 5**)

Семинар проходит в форме презентаций и обсуждения заранее подготовленных докладов студентов. Доклады студентов представляют собой презентации по кратким аналитическим запискам по собственным проектам «Оценка рыночного потенциала проекта ...»

Семинар 3. Команда и внутренние коммуникации. Цифровые инструменты в управлении бизнесом. (**тема 6**)

Семинар проходит в форме тренинга. Участники проходят индивидуальное тестирование по опроснику Р. Белбина «Моя роль в команде», затем выполняют методические групповые задания для отработки навыков эффективных межличностных коммуникаций, достижения общегрупповых целей и повышения командной эффективности.

Семинар 4. Менеджмент на малом предприятии – организационная структура, процессы и проекты (**тема 7**).

Семинар проходит в форме деловых игр «Авиазавод» или «Утро», в рамках которых студенты в игровой форме осваивают навыки описания функций и процессов на примере условной технологии производства, отрабатывают обратную связь и фиксирование улучшений в процедуре работы и управления. По завершении игры и получения обратной связи по усвоенным навыкам проводится короткая проектная сессия по планированию проекта на примере бизнес-кейса, предложенного преподавателем.

Семинар 5. Организация продаж. Продвижение продуктов и услуг в новом бизнесе (**тема 8**)

Семинар проходит в форме деловой игры «Ситуации продаж», в которых студенты должны для ситуации определить цикл продаж, разработать и применить стратегию осуществления продажи. Также выслушиваются и обсуждаются два доклада в форме презентаций студентов по собственным проектам «План продвижения продукта или услуги проекта ...».

Семинары 6, 7. Основы бизнес планирования и искусство презентации бизнес-проектов (**тема 3**)

Семинары проходят в форме моделирования защиты бизнес-проектов перед потенциальными инвесторами. Студенты, моделирующие роль предпринимателей, готовят и защищают презентации перед студентами,

моделирующими роль инвесторов. На теме «Финансирование бизнеса» отдельное внимание уделяется обоснованности запрашиваемого финансирования у потенциальных инвесторов.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Каждый студент готовит два документа на основе собственной идеи бизнес-проекта:

- 1) Описание бизнес-модели проекта (по методике А. Остервальдера и И. Пинье);
- 2) Бизнес-презентация для моделирования защиты бизнес-плана перед потенциальными инвесторами.

ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для диагностики результатов учебной деятельности рекомендуется использовать устный опрос студентов, а также оценивание на основе проектного метода (учебные бизнес-проекты), доклады, деловые игры, контрольные работы.

Рекомендуемая форма текущей аттестации – зачет, который может быть проведен как в устной, так и в письменной форме.

Итоговая оценка формируется на основе:

1. Правил проведения аттестации студентов (Постановление Министерства образования Республики Беларусь №53 от 29.05.2012 г.);
2. Положения о рейтинговой системе оценки знаний по дисциплине в БГУ (приказ ректора БГУ от 18.08.2015 г. №382-ОД);
3. Критериев оценки знаний студентов (письмо Министерства образования Республики Беларусь от 22.12.2003 г.)

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Массовые коммуникации	Кафедра социальной коммуникации	нет	протокол № 13 от 31.05.2018 г.
Маркетинговые исследования		нет	

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО на 2019 / 2020 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальной коммуникации (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

(подпись)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета философии и социальных наук

(подпись)