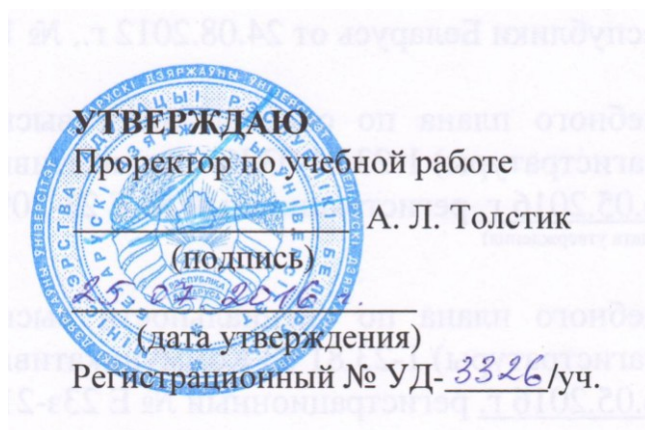


Белорусский государственный университет



РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
высшего образования второй ступени (магистратуры)
1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент

2016 г.

Учебная программа составлена на основе:

образовательного стандарта «Высшее образование. Вторая ступень (магистратура). Специальность 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент», утвержден и введен в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 24.08.2012 г., № 108 (ОСВО 1.23 81 03-2012);

учебного плана по специальности высшего образования второй ступени (магистратуры) 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент

26.05.2016 г. регистрационный № Е 23-209/уч.;

(дата утверждения)

учебного плана по специальности высшего образования второй ступени (магистратуры) 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент

26.05.2016 г. регистрационный № Е 23з-210/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 23.05.2016 г.);

Научно-методическим советом Белорусского государственного университета (протокол № 6 от 31.05.2016 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа дисциплины «Развитие бизнеса» разработана в соответствии с образовательным стандартом и учебными планами по специальности высшего образования второй ступени (магистратуры) 1-23 81 03 Коммуникативный менеджмент (по очной и заочной формам обучения). Учебная дисциплина «Развитие бизнеса» входит в компонент учреждения высшего образования цикла дисциплин специальной подготовки.

Дисциплина читается на очной и заочной формах обучения во втором семестре и имеет непосредственную тематическую и предметную связь с дисциплинами «Теория и практика коммуникативного менеджмента», «Стратегическое планирование коммуникаций».

Цель учебной дисциплины – сформировать у магистрантов 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.

По завершении изучения учебной дисциплины «Развитие бизнеса» магистрант должен:

знать:

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

уметь:

- сформировать логику бизнес-модели новой формы предпринимательской деятельности;
- составить структуру и описать основное содержание бизнес-плана по стандартам Министерства Экономики РБ для нового бизнес-проекта
- 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 второй ступени высшего образования – очная, заочная

На изучение учебной дисциплины «Развитие бизнеса» по очной форме обучения учебным планом отводится 80 учебных часов, из них 34 аудиторных (16 – лекции, 18 – семинары).

На изучение учебной дисциплины «Развитие бизнеса» по заочной форме обучения учебным планом отводится 70 учебных часов, из них 12 аудиторных (6 – лекции, 6 – семинары).

Формы текущей аттестации по учебной дисциплине: опрос, самостоятельные контрольные и проектные работы.

Дисциплина рассчитана на 1 семестр, рекомендуемая форма отчетности – **зачет** во втором семестре на очной и заочной форме обучения.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Предпринимательство как система

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. Предпринимательские типы. Жизненный цикл start-up проекта – стандартная и расширенная классификация стадий стартапа. Жизненный цикл развития предприятия.

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. Искусство презентации бизнес-проектов

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-планирования и бизнес-финансов

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. 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).

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. Юридические аспекты малого и среднего бизнеса в РБ, финансирование бизнеса

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.

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

Тема 7. Команда и внутренние коммуникации. Организационная структура и процессы в бизнесе

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.

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.

Тема 8. Управление проектами в бизнесе

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 9. 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).

Маркетинговые коммуникации с ограниченным бюджетом. Бесплатные формы продвижения продуктов и услуг: интернет, партнерства, использование PR. Определение маркетинговой стратегии нового бизнеса и плана маркетинговых мероприятий.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОЧНАЯ ФОРМА ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов		Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	
1	2	3	4	5
1	Предпринимательство как система	2		
2	Основы стратегии и бизнес-моделирования	2	2	
3	Искусство презентации бизнес-проектов	2	4	Защита бизнес-проектов
4	Основы бизнес-планирования и бизнес-финансов	2	2	
5	Экспресс-методы анализа рынка	2	2	Доклад
6	Юридические аспекты малого и среднего бизнеса в РБ, финансирование бизнеса	2	2	
7	Команда и внутренние коммуникации. Организационная структура и процессы в бизнесе	2	2	
8	Управление проектами в бизнесе		2	Обсуждение
9	Организация продаж. Продвижение продуктов и услуг в новом бизнесе	2	2	Деловая игра
	ИТОГО:	16	18	

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ЗАОЧНАЯ ФОРМА ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов		Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	
1	2	3	4	5
1	Предпринимательство как система			
2	Основы стратегии и бизнес-моделирования	2		
3	Искусство презентации бизнес-проектов		2	Защита бизнес-проектов
4	Основы бизнес-планирования и бизнес-финансов			
5	Экспресс-методы анализа рынка	2	2	Доклад
6	Юридические аспекты малого и среднего бизнеса в РБ, финансирование бизнеса			
7	Команда и внутренние коммуникации. Организационная структура и процессы в бизнесе	2		
8	Управление проектами в бизнесе			
9	Организация продаж. Продвижение продуктов и услуг в новом бизнесе		2	Деловая игра
	ИТОГО:	6	6	

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. Антикризсное 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.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Каждый студент готовит три 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
- 3) Бизнес-план в соответствии со стандартом Министерства экономики РБ

1	Предпринимательство как система.
2	Основы стратегии и бизнес-моделирования.
3	Искусство презентации бизнес-проектов
4	Основы бизнес-планирования
5	Основы бизнес-финансов
6	Экспресс-методы анализа рынка.
7	Юридические аспекты малого и среднего бизнеса в РБ.
8	Финансирование бизнеса
9	Команда и внутренние коммуникации.
10	Организационная структура и процессы в бизнесе
11	Управление проектами в бизнесе
12	Организация продаж.
13	Продвижение продуктов и услуг в новом бизнесе
14	Международный бизнес. Партнерство

ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для диагностики результатов учебной деятельности рекомендуется использовать устный опрос магистрантов, а также учебные бизнес-проекты, доклады, деловые игры. Рекомендуемая форма отчетности – зачет, который может быть проведен как в устной, так и в письменной форме.

ПЛАН СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Семинар 1. Основы стратегии и бизнес-моделирования (тема 2)

Семинар проходит в форме групповой работы. Студенты в трех группах формируют логику трех типов бизнес-моделей (сервисной, инновационной и инфраструктурной) по заданию преподавателя, презентуют аудитории и анализируют бизнес-модели других групп.

Семинары 2, 3. Искусство презентации бизнес-проектов (тема 3), Финансирование бизнеса (тема 6)

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.

Семинар 4. Основы бизнес-планирования и бизнес-финансов (тема 4)

Семинар проходит в форме совместной работы студентов и преподавателя по формированию структуры и содержания бизнес-плана по проекту, предложенному студентами. В рамках данной работы студенты отрабатывают навыки формирования содержания бизнес-планов для своих зачетных проектов.

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 5. 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 7. Юридические аспекты малого и среднего бизнеса в РБ, Команда и внутренние коммуникации (темы 6, 7)

Семинар проходит в форме ответов студентов на вопросы преподавателя по тематическим блокам «Привлечение финансирования», «Выбор организационно-правовой формы деятельности», «Основы налогообложения

бизнеса». Далее 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 8. Управление проектами в бизнесе (тема 8)

Семинар проходит в форме деловой игры для отработки инструментария по планированию критического пути проектов. По завершении игры и получения обратной связи по усвоенным навыкам проводится короткая проектная сессия по планированию проекта на примере бизнес-кейсы, предложенного преподавателем.

Семинар 9. Организация продаж (тема 9)

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

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Теория и практика коммуникативного менеджмента	Кафедра социальной коммуникации	Нет	Согласование не требуется, Протокол № 13 от 23.05.2016 г.
Стратегическое планирование коммуникаций		Нет	Согласование не требуется, Протокол № 13 от 23.05.2016 г.

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 2017 / 2018 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

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

Заведующий кафедрой
д. филос. н., профессор _____ Я.С. Яскевич
(подпись)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета философии и социальных наук
к. ист. н., доцент _____ В.Ф. Гигин
(подпись)