

Программа учебной дисциплины «Профорientационный семинар»

Утверждена

Академическим руководителем ООП

А.А. Бляхман

«15» марта 2016 г.

Автор	Свиридова Л.В.
Число кредитов	6
Контактная работа (час.)	24
Самостоятельная работа (час.)	204
Курс	1 курс
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн курса

I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ

Целью освоения дисциплины «Профорientационный семинар» является: знакомство студентов с предпринимательским образом мышления, различными подходами к организации предпринимательской деятельности; по окончании курса студенты должны осознавать различные цели и задачи предпринимательства в обществе, на уровне организации и в своей собственной жизни, выявлять различные способы проявления предпринимательства, уметь выявлять и оценивать коммерческую (деловую) перспективу предпринимательских идей, разрабатывать проект собственного бизнеса и уметь развивать его.

В результате освоения дисциплины студент должен

знать:

- основные подходы к определению предпринимательства;
- виды предпринимательства (социальное, внутрифирменное, международное и т.д.), их роль в обществе;
- технологию запуска предпринимательского проекта;
- основные бизнес-модели и этапы реализации предпринимательских проектов.

уметь:

- анализировать текущую ситуацию и выявлять предпринимательскую возможность;
- конструировать бизнес-модели для различных видов бизнеса и разрабатывать план запуска бизнеса;
- составлять бизнес-план проекта;
- осмысливать собственную практику, а также связь теории и практики в области предпринимательства.

владеть:

- навыками анализа, разработки и управления предпринимательскими проектами;
- навыками подготовки бизнес-планирования и проведения презентаций бизнес-проектов;
- навыками работы в команде;

- навыками поиска, обработки и анализа информации, необходимой для подготовки и обоснования управленческих решений.

Изучение дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Стратегический менеджмент;
- Качественные и количественные методы разработки и принятия управленческих решений.

Для освоения учебной дисциплины студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- из области стратегического менеджмента;
- из области принятия управленческих решений.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем для прохождения научно-исследовательской практики и для написания выпускных квалификационных работ.

II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Лидерство и предпринимательство.

Природа лидерства.

Природа предпринимательства. Место и роль предпринимательства в системе общественных отношений. Основные подходы к определению предпринимательства. Структурно-содержательный аспект предпринимательства. Ключевые категории предпринимательства. Основные принципы и методы эффективного предпринимательства. Этимология термина лидер и предприниматель. Предпринимательство как самостоятельный вид деятельности. Научные подходы в предпринимательстве. Предпринимательство как учебная дисциплина. Цели предпринимательства. Инфраструктура предпринимательства.

Виды предпринимательства: *aspiring* – потенциальные предприниматели (мечтающие, но не решившие сорваться в свободное плавание), *lifestyle* – зарабатывающие на жизнь себе и своей семье, *growth* – имеющие желание и способности вырастить в скором времени большое на сколько возможно предприятие, корпоративные предприниматели, технологические предприниматели.

Тема 2. Четыре типа предпринимательских компаний.

Классификация предпринимателей и фирм.

Функции и цели компании. Суть стратегии компании. Структура компании. Культура компании. Концепция входных барьеров. Понятие рыночной ниши.

Тема 3. Проектирование продукта.

Методика оценки продукта инвесторами. Иерархия знаний компании. Понятие ключевой компетенции. Источники инноваций. Стратегии сегментации и позиционирования. Технология латерального маркетинга.

Традиционное и модульное проектирование продукта.

Классификация рынков. Методы оценки рыночного спроса. Технологическое брокерство.

Тема 4. Руководящая команда. Принципы построения команды.

Понятие структуры организации. Типы структур. Линейные структуры. Линейно-функциональные структуры. Матричные структуры. Сетевые структуры. Характеристики

и условия эффективности применения различных видов структур. Факторы, влияющие на выбор и построение структуры организации. Принципы построения команды проекта. Факторы, влияющие на выбор и построение структуры организации. Принципы построения команды проекта.

Тема 5. Маркетинг: Цели маркетинга и маркетинговые исследования.

Основные функции маркетинга. Структура маркетингового плана бизнес-плана организации. Оценка привлекательности отрасли. Анализ поведения клиента компании. Понятие бизнес-модели бизнес-плана. Комплекс маркетинга. Подходы для расчета необходимого бюджета на маркетинг. Понятие жизненных циклов отрасли, компании и продукта (ЖЦО, ЖЦК, ЖЦП). Понятия Inbound и Outbound маркетинга. Анализ дорыночных стадий проекта. Маркетинговые исследования дорыночных стадий продукта

Тема 6. Маркетинг: Анализ. Ценообразование.

Виды цен. Виды цен фактических сделок. Стратегии ценообразования. Точка безубыточности проекта.

Тема 7. Маркетинг: Тактика проникновения на рынок.

Анализ внешнего окружения. ПЭСТ анализ. Анализ возможностей и угроз. Основные маркетинговые стратегии. Матрица Ансоффа. Критерии при подборе персонала. Основные элементы структуры сбыта. ПРОМО мероприятия

Тема 8. Финансовая документация: Основные финансовые документы.

Финансовая служба предприятия. Типы и виды финансового учета. Цели и виды финансовых отчетов. Виды инвестиционных стратегий.

Тема 9. Финансовая документация: Анализ финансовых коэффициентов.

Типы финансовых коэффициентов. Понятие бюджета и основные бюджеты предприятия. Бухгалтерская и экономическая прибыль.

Тема 10. Инвестиционный анализ бизнес-плана.

Внутренняя норма отдачи инвестиций. Понятие чистой приведенной стоимости NPV. Внутренняя норма отдачи IRR. Рентабельность инвестиций. Номинальная и реальная отдача от проекта.

Тема 11. Стратегический план.

Понятие стратегического плана предприятия. Общие и отличия стратегического и долгосрочного планирования. Сценарный подход оценки стратегического плана. Выбор стратегии. Функции прибыли предприятия. Понятие корпоративной и бизнес стратегии. Критерии стратегической бизнес единицы. Видение. Миссия. Позиционирование.

Тема 12. Технологическое и корпоративное предпринимательство.

Понятие технологического и корпоративного предпринимательства. Ключевые элементы технологического предпринимательства. Региональная инфраструктура технологического предпринимательства. Понятие национальной и региональной инновационной системы.

Формы корпоративного предпринимательства. Противоречия корпоративного предпринимательства.

III. ОЦЕНИВАНИЕ

В рамках текущего контроля предусмотрено домашнее задание.

Итоговый контроль – оценка разработанной студентом стратегии выхода организации на рынок государственного заказа (оформляется в виде письменной работы).

Преподаватель оценивает разработанную и презентованную студентом стратегию на экзамене по 10-балльной системе.

Порядок формирования оценок по дисциплине:

Преподаватель оценивает работу студентов на семинарских занятиях, учитывая активность студентов в дискуссиях, при разборе кейсов и подготовке и представлении групповых презентаций. Оценки за работу на семинарских занятиях преподаватель выставляет в рабочую ведомость в LMS.

Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за работу на семинарских занятиях определяется перед итоговым контролем - $O_{аудиторная}$.

Преподаватель оценивает самостоятельную работу студентов, учитывая полноту освещения темы, которую студент готовит для выступления с докладом на занятиях, умение самостоятельно обрабатывать фактическую информацию. Оценки за самостоятельную работу студента преподаватель выставляет в рабочую ведомость в LMS. Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за самостоятельную работу определяется перед промежуточным или итоговым контролем – $O_{сам. работа}$.

Накопленная оценка (текущий контроль) учитывает результаты студента следующим образом:

$$O_{накопленная} = 0,4 * O_{дом.зад.} + 0,3 * O_{аудиторная} + 0,3 * O_{сам. работа}$$

Результирующая оценка (итоговый контроль) в форме экзамена выставляется по следующей формуле,

$$O_{итоговый} = 0,5 * O_{экзамен} + 0,5 * O_{накопленная}$$

Способ округления оценок – арифметический.

IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства для текущего контроля студента:

Домашнее задание состоит из 2 частей

1) Анализа кейсового задания: На протяжении всего курса студенты включены в развитие реального бизнес-проекта (кейса).

Вопросы для анализа ситуации:

1. Сформулируйте в чем состоит продукт? Объясните и аргументируйте свой ответ.
2. Как определить целевую аудиторию сервиса? Дайте ответ с опорой на теорию, предложенную в лекционной части занятий.
3. Какие услуги сервиса будут максимально востребованы? Подтвердите свой ответ результатами, проведенными Вами глубинных интервью.
4. Сформулируйте бизнес-модель сервиса? Ответ необходимо аргументировать, используя лекционные материалы.
5. Какую модель ценообразования

2) Самостоятельного исследования по одной из предложенных тем.

Темы исследования:

1. Идеальный предприниматель .
2. Великие предприниматели 20 и 21 -го столетий.
3. Проблемы развития предпринимательства в России.
4. Российский предприниматель и национальная культура.
5. Влияние внешней среды на организацию.
6. Системный подход при изучении организаций.
7. Виды организационных структур.
8. Особенности менеджмента в стартап проектах.
9. История развития предпринимательства в России.
10. Сравнительный анализ зарубежных и отечественных теорий мотивации.
11. Материальное стимулирование как один из методов мотивации трудовой деятельности стартап компании.
12. Роль коммуникации в организационном процессе.
13. Коммуникации как связующее звено управления.
14. Вербальные и невербальные коммуникации.
15. Управление коммуникациями в стартапе.
16. Функции организационной культуры.
17. Организационный потенциал фирмы и культура.
18. Управление организационной культурой.
19. Проблемы лидерства и власти в организациях.
20. Формы власти и стили руководства.
21. Лидерство в предпринимательстве: стиль, ситуация и эффективность.

Требование к оформлению работы в рамках итогового контроля:

Общие требования к оформлению работы: Текст: 14 размер шрифта, Times New Roman, полуторный интервал, выравнивание по ширине, отступы на новых абзацах, без интервалов между абзацами, с нумерацией страниц. Объем: 5-6 страниц. Ссылки в квадратных скобках с указанием номера страниц. Оформление списка использованной литературы по ГОСТу.

V. РЕСУРСЫ

5.1. Основная литература

1. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей [Электронный ресурс]: настольная книга стратега и новатора / А.Остервальдер, И.Пинье; пер. с англ. М. Куньевой; ред. М.Савина; дизайн А.Смит; БД AlpinaDigital. – 6-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 288 с. – Режим доступа: <http://lib.alpinadigital.ru/reader/book/351>. – Загл. с экрана.
2. Бланк, С. Стартап [Электронный ресурс]: настольная книга основателя / Стив Бланк, Боб Дорф; пер. с англ.; БД AlpinaDigital. – М.: Альпина Паблишер, 2017. - 616 с. – ISBN 978-5-9614-6035-3. – Режим доступа: <http://lib.alpinadigital.ru/reader/book/418>. - Загл. с экрана.

5.2. Дополнительная литература

1. Виханский, О.С. Менеджмент [Электронный ресурс] / О.С.Виханский, А.И.Наумов; ЭБС Znanium. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 656 с. – ISBN 978-5-9776-0320-1. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=959874>. – Загл. с экрана.

2. Мильнер, Б.З. Теория организации [Электронный ресурс]: учебник / Б.З.Мильнер; ЭБС Znanium. – 8-е изд., перераб. и доп. – М.:НИЦ ИНФРА-М, 2012. – 848 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-16-004700-3. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=325598>. – Загл. с экрана..

5.3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Windows Professional 8.1 Russian	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2	MS Office 2007 Prof +	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

5.4. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа/скачивания
1	Электронные образовательные ресурсы	<i>Договор на использование электронных баз данных/по подключению и обеспечению доступа к базам данных</i>

5.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением.

Учебные аудитории для лабораторных и самостоятельных занятий по дисциплине оснащены ПЭВМ, с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде НИУ ВШЭ.