



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»**  
**(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра инноваций и предпринимательства

Рег. № 4324-17/02

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**  
**ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

**ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Управление малым бизнесом

Новосибирск 2017

Методические указания по выполнению курсовой работы разработаны Панявиной Мариной Леонидовной, канд. экон. наук, доц. кафедры инноваций и предпринимательства, Дьячковым Сергеем Александровичем, ст. преподавателем кафедры инноваций и предпринимательства.

Методические указания по выполнению курсовой работы прошли экспертизу УМУ

Утверждено на заседании кафедры инноваций и предпринимательства (протокол от «30» августа 2017 г., № 1).

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	4
РАЗДЕЛ 2. ИНСТРУКЦИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	4
РАЗДЕЛ 3. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	6
РАЗДЕЛ 4. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	8
Приложения	10

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Целью курсовой работы является приобретение опыта в исследовании актуальных проблем стратегического управления конкурентоспособности различных объектов, расширение профессиональных знаний, полученных в процессе изучения дисциплины «Организация предпринимательской деятельности», формирование практических навыков ведения самостоятельной исследовательской работы и выработки практических рекомендаций по формированию конкурентных стратегий.

Курсовая работа может выполняться с различной степенью использования практического опыта студента по идентификации и анализу конкретных проблем, существующих на предприятиях и в организациях.

В качестве минимальных (обязательных) требований курсовая работа должна продемонстрировать умение студента осуществить подбор литературы по выбранной теме, сравнить различные точки зрения, публикуемые в отраслевых и научных источниках, сделать грамотные выводы и обобщения.

В ходе подготовки курсовой работой должны быть соблюдены правила оформления (ссылки на цитируемую литературу, оформление таблиц, рисунков, списка используемой литературы, приложения и т.д.).

Курсовая работа содержит два раздела:

1. Теоретический;
2. Практический;

Задания теоретического раздела выполняются с целью контроля изучения конкретной части курса и проверки логического осмысления студентами изученного материала.

Практический раздел – студенту предлагается самостоятельно имитировать организацию фирмы и построить бизнес-модель.

При написании контрольной работы требуется последовательно решить следующие задачи:

- изучение и анализ теоретического материала по заданной проблематике;
- исследование и анализ существующего (или гипотетического) предприятия;
- анализ тенденций развития отрасли;
- анализ тенденций развития предприятия (факторы, способствующие и препятствующие развитию);
- анализ целевой аудитории, их предпочтения;
- исследование возможных каналов продвижения товара/услуг и способов создания торговых цепочек;
- анализ инфраструктуры рынка;
- построение бизнес-модели.

Курсовая работа должна отвечать следующим требованиям:

- представлять собой законченное практико-ориентированное исследование в форме построения бизнес-модели;
- содержать необходимый информационный материал в виде таблиц;
- иметь выводы, касающиеся целесообразности практической реализации разработанной бизнес-модели;
- быть оформленной в соответствии с требованиями, изложенными в настоящих методических указаниях.

## РАЗДЕЛ 2. ИНСТРУКЦИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Процесс выполнения курсовой работы целесообразно организовать в несколько этапов:

- ознакомление с заданиями курсовой работы, изложенными в настоящих методических указаниях;

- выбор темы курсовой работы;
- изучение теоретических материалов в соответствии с библиографическим списком, материалов, содержащихся в специализированных периодических изданиях, статистических материалов, материалов специализированных интернет-сайтов и веб-сайтов предприятий;
- сбор и анализ информации, необходимой для выполнения отдельных заданий курсовой работы, и их выполнение в соответствии с настоящими методическими указаниями;
- оформление текста курсовой работы в соответствии с требованиями;
- защита курсовой работы.

Все перечисленные этапы не равнозначны по сложности и количеству затрачиваемого времени.

При выполнении курсовой работы студентам рекомендуется придерживаться указанной последовательности этапов.

На первом этапе выполнения курсовой работы необходимо внимательно изучить настоящие методические указания и особенно текст заданий по разработке разделов бизнес-плана и рекомендации по их выполнению. При необходимости следует получить консультацию у преподавателя.

На втором этапе студенту предлагается изучить предложенную тематику теоретической части работы и выбрать тему с учетом его научных интересов и опыта.

Тема и структура курсовой работы должна в обязательном порядке согласовываться с преподавателем дисциплины. Перечень тем представлен в Приложении А.

В отдельных случаях студент может выбрать тему курсовой работы, не включенную в предложенную тематику, но при этом ему следует обосновать целесообразность ее изучения и получить согласие научного руководителя.

При выборе темы курсовой работы, студенту следует руководствоваться:

- своими возможностями и научными интересами;
- глубиной знания по выбранному направлению;
- желанием выполнить работу теоретического, практического или опытно-экспериментального характера;
- возможностью преемственности курсовой работы с выпускной квалификационной работой.

На третьем этапе в ходе изучения теоретических и практических материалов различного происхождения, касающихся отдельных вопросов и особенностей функционирования организаций (предприятий) тех или иных отраслей экономики следует определиться с видом бизнеса (хозяйственной деятельности) и направлением разработки бизнес-модели.

Содержание четвертого этапа выполнения курсовой работы заключается в поиске необходимого фактологического материала, основанного на реальных данных, характеризующих отдельные аспекты функционирования аналогичных предприятий в соответствии с выбранным видом деятельности, и его применении в ходе последовательной работы над построением бизнес-модели. Выполняя отдельные задания по разработке того или иного раздела бизнес-модели, студент должен показать умение использовать методики определения потребительского сегмента, планирования товарного ассортимента, расчета потребностей в ресурсах, себестоимости продукции (работ, услуг), ценообразования и показателей эффективности реализации бизнес-проектов.

Пятый этап выполнения курсовой работы состоит в надлежащем оформлении ее текста.

Шестой этап – подготовка к защите и защита курсовой работы преподавателю.

Объем курсовой работы при наборе текста на компьютере не должен превышать 30-40 страниц, при этом текст печатается на одной стороне листа бумаги формата А4 (210x297 мм).

Курсовая работа должна быть представлена на кафедру для рецензирования не менее чем за 20 дней до начала сессии.

После получения курсовой работы преподаватель проверяет ее (в течение 10 дней) и пишет рецензию. В рецензии обязательно указывается на соответствие содержания курсовой работы требованиям, изложенным в методических указаниях, а именно: наличие всех разделов бизнес-плана, полнота и достоверность информации по отдельным разделам, соблюдение требований к оформлению работы, наличие ссылок на используемые источники. В заключение должна быть дана общая оценка научного руководителя (отлично, хорошо, удовлетворительно, не удовлетворительно).

Защита курсовой работы включает в себя подготовку к защите в соответствии с рекомендациями преподавателя и замечаниями, изложенными в рецензии, и непосредственно защиту. Особое внимание при защите уделяется выводам, сделанным студентом. По результатам защиты и с учетом качества выполненной работы студент получает оценку по курсовой работе.

## РАЗДЕЛ 3. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

### 3.1. Структура курсовой работы

Содержание курсовой работы структурируется по разделам (главам) и подразделам (параграфам).

Структура курсовой работы.

1. Титульный лист.
2. 2 Оглавление.
3. Введение.
4. Основная часть курсовой работы, состоящая из разделов (глав) и подразделов (параграфов).
5. Заключение.
6. Список литературы.
7. Приложения.

Во **введении** необходимо отразить актуальность темы курсовой работы; цели и задачи курсовой работы; дать характеристику объекта и предмета исследования; указать основные источники сбора информации, информационную и методическую базу исследования.

**Первая глава** должна содержать теоретические основы изучаемой темы, а именно:

- 1) исследование теоретических основ понятий темы;
- 2) постановка (выявление) проблем;
- 3) анализ степени изученности проблемы.

**Вторая глава** должна содержать:

- 1) Описание анализируемого объекта исследования

Студенту предлагается самостоятельно имитировать организацию предприятия (сгенерировать идею создания предприятия, определить товарный ассортимент, организационно-правовую форму и т. д.). Для возникновения идеи создания предприятия можно использовать такие методы как «мозговой штурм», метод «Гордона», «опросный лист» и т.д.

- 2) Определение потребительских сегментов (сегментирование рынка)

Необходимо проанализировать рынок и выделить целевые сегменты выбранного рынка, на которых и сосредоточить свое внимание, чтобы не распылять ресурсы.

Для более точного сегментирования необходимо заполнить следующую таблицу (приведенные ниже альтернативы могут не охватывать всех возможных вариантов):

Кто ваши потребители?	Зачем они делают покупки?	Какие блага получают ваши клиенты, приобретая ваши товары и услуги?	Когда ваши клиенты делают эти покупки?	Где ваши клиенты делают эти покупки?
Пол; Возраст; Уровень доходов; Семейное положение; Образ жизни; Другие важные свойства; Другие организации (описание свойств организаций-потребителей)	Для удовлетворения текущих потребностей; В подарок к кому-то; Для себя в качестве предмета роскоши; В связи с экстренной ситуацией; Для досуга или как предмет увлечения; Чтобы показать свой достаток и вкус; Для использования в деятельности организации; Другое	Надежность; Изысканность; Цвет; Цена; Качество; Удобство; Сервис; Другое	Регулярно в течение всего года; Сезонно, с подъемами и спадами в вашей реализации; По особым случаям, праздникам и юбилеям; В определенное время дня; Редко – однажды или раз в пять лет; Редко, но регулярно, раз в два года; Часто и регулярно; Часто, но не регулярно; Другое	Близко к дому; Готовы ехать куда-то, чтобы сделать эту покупку; У вас; У себя дома, т. е. с доставкой; Другое

### 3) Ценностные предложения

Исходя из результатов выполнения предыдущего этапа, следует понять, что важно для покупателя, каковы его главные потребности, и на этой основе сформулировать предложение, которое бы отвечало потребностям и ценностям потребителя. Он должен получить то, что поможет ему решить какие-то проблемы и удовлетворить потребности.

### 4) Каналы продвижения, торговые цепочки

Из образа жизни потребителя и его медиапредпочтений следует избрать каналы распространения информации о товаре и способы его продажи.

Для этого необходимо провести анализ всех возможных способов продвижения товара, обосновать свой выбор и произвести необходимые расчеты.

Пример представления итоговых полученных данных выглядит следующим образом:

№ п/п	Наименование носителя рекламы	Наименование единицы	Цена за единицу в месяц (рублей)	Объем, размещение	Стоимость (рублей)
1.	Наружная реклама	Билборд (щит) 3х6 м	13000	3	49 000
2.	Радио	Секунда	35	60 секунд x15дней	31 500
3.	Реклама на ТВ (бегущая строка)	Слово	270	6х2х15 дней	48 600
4.	Журнал «Справочник по недвижимости»	Модуль 6х7 см	700	4	2 800
5.	Журнал «Недвижимость»	Модуль 18х4 см	320	4	1 280
6.	Прочие виды рекламы			10% от стоимости вышеприведенной рекламы	13 300
Итого затрат на рекламу в месяц					146 480

5) Управленческая модель.

Необходимо прописать производственные процессы и менеджмент, свойственный именно этому проекту.

6) Методы привлечения и удержание потребителя.

Необходимо тщательным образом продумать способы привлечения и удержания покупателей, а также методы их побуждения к совершению покупки. Для этого, используя предлагаемые библиографические источники и ресурсы сети интернет, необходимо проанализировать действия ведущих предприятий данной отрасли, а также действующих предприятий в России и за рубежом.

7) Отношения с контрагентами.

Кто может помочь в достижении целей: поставщики, производители основных и сопутствующих элементов, важно понимать, как привлечь их в свой проект.

8) Финансовая модель

Структура издержек и потоки поступления доходов – это блоки, за которые отвечает финансовая модель бизнеса. Необходимо хорошо представлять себе, каковы расходы на производство продукта и его доставку и где есть точки для потенциального увеличения прибыли.

**Заключение** представляет собой краткое изложение основных результатов и выводов на основании проделанной работы.

#### РАЗДЕЛ 4. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

##### Критерии оценки самостоятельной работы.

Рецензирование курсовой работы осуществляется с учетом: актуальности избранной темы; самостоятельности написания работы; полноты охвата научной литературы; адекватности и полноты использованных методов исследования; репрезентативности эмпирического материала; соответствия полученных результатов поставленным цели и задачам; научной обоснованности полученных выводов; аккуратного и правильного оформления курсовой работы.

Курсовые работы с положительным отзывом научного руководителя допускаются к защите.

Защита курсовой работы носит публичный характер и включает доклад студента и его обсуждение. В докладе студент освещает цель и задачи работы, раскрывает сущность выполненной работы, отмечает перспективы работы над данной темой и пути внедрения результатов работы в практическую деятельность. Порядок обсуждения курсовой работы предусматривает ответы студента на вопросы преподавателя и других лиц, присутствующих на защите; дискуссию по защите курсовой работы. Решение об оценке курсовой работы принимается по результатам анализа представленной работы, доклада студента и его ответов на вопросы.

В соответствии с установленными правилами курсовая работа оценивается на «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Каждая глава курсовой работы оценивается по следующим параметрам: уровень изложения темы, содержательность выводов по разделу, использование литературных источников.

Оценки «отлично» заслуживает курсовая работа, в которой полно и всесторонне раскрыто теоретическое содержание темы, дан глубокий критический анализ существующего положения, содержится творческий подход к решению проблемных вопросов в современных условиях хозяйствования, сделаны экономически обоснованные предложения и на все вопросы членов комиссии студент дал аргументированные ответы.

Оценки «хорошо» заслуживает курсовая работа, в которой содержание изложено на высоком теоретическом уровне, правильно сформулированы выводы, а на все вопросы



членов комиссии студент при защите дал правильные ответы, но не проявил творческих способностей в понимании и изложении ответов.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает работа, в которой в целом раскрыты теоретические вопросы, сделаны в основном правильные выводы, но недостаточно убедительно аргументированы, и при защите не на все вопросы членов комиссии студент дал правильные ответы.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает курсовая работа, которая в целом отвечает предъявленным требованиям, но при защите студент не дал правильных ответов на большинство заданных вопросов, то есть обнаружил серьезные пробелы в знаниях.

## ТЕМАТИКА (ВАРИАНТЫ) КУРСОВОЙ РАБОТЫ

1. Развитие лизинга (лизинговых отношений) в РФ (НСО, конкретный рынок).
2. Особенности использования лизинга на современном этапе.
3. Проблема взаимозачетов о пути ее решения.
4. Особенности предпринимательской деятельности финансово-промышленных групп.
5. Особенности предпринимательской деятельности трастовых компаний.
6. Особенности предпринимательской деятельности ипотечных компаний.
7. Государственная поддержка малого предпринимательства.
8. Инновационные процессы в предпринимательстве.
9. Инвестиционная деятельность в предпринимательстве.
10. Формирование и управление инвестиционным портфелем предпринимателя.
11. Оценка объектов недвижимости.
12. Формирование портфеля недвижимости.
13. Оценка риска в предпринимательской деятельности.
14. Методы управления предпринимательскими рисками.
15. Методы прогнозирования развития предприятия.
16. Планирование предпринимательской деятельности.
17. Взаимоотношения предприятий и банковской системы.
18. Особенности развития предпринимательской инфраструктуры в РФ.
19. Оценка инвестиционных рисков и методы управления ими.
20. Использование ценных бумаг в предпринимательской деятельности. (можно по каждому виду в отдельности).
21. Методы минимизации налогообложения предприятия.
22. Бюджетирование в предпринимательстве.
23. Особенности предпринимательской деятельности транснациональных корпораций.
24. Бизнес-план предприятия торговли (промышленного, посреднического предприятия, лизинговой компании).
25. Посредническая предпринимательская деятельность.
26. Развитие отдельных видов предпринимательской деятельности в РФ (на примере одного или нескольких).
27. Формирование стратегии маркетинга предприятия.
28. Использование системы маркетинга (маркетинговых исследований) для повышения эффективности предпринимательской деятельности.
29. Сравнительный анализ и особенности существующих организационно-правовых форм.
30. Факторинговые сделки в предпринимательстве.



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»**  
**(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра инноваций и предпринимательства

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

По дисциплине «Организация предпринимательской деятельности»

\_\_\_\_\_

(Наименование темы)

Ф.И.О студента \_\_\_\_\_

Направление \_\_\_\_\_

Направленность (профиль) \_\_\_\_\_

Номер группы \_\_\_\_\_

Номер зачетной книжки \_\_\_\_\_

Дата регистрации курсовой работы кафедрой \_\_\_\_\_

Проверил \_\_\_\_\_





**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»**  
**(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра инноваций и предпринимательства

**ЗАЯВЛЕНИЕ**  
**о самостоятельном характере выполненной работы**

Я, \_\_\_\_\_  
 (Фамилия, имя, отчество)

Студент(ка) группы \_\_\_\_\_, направления подготовки \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

направленности (профиля) \_\_\_\_\_

заявляю, что в моей курсовой работе (проекте), выполненной на тему:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ не содержится элементов плагиата.

Все заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищенных ранее письменных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
 (подпись)

И.О. Фамилия

Результаты проверки в системе «Антиплагиат»

Доля авторского текста (оригинальности) в результате автоматизированной проверки составила \_\_\_\_\_ %.

Руководитель курсовой работой \_\_\_\_\_  
 (уч. степень, должность, Фамилия И.О.)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
 (подпись)



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»**  
**(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра инноваций и предпринимательства  
**РЕЦЕНЗИЯ**  
**на курсовую работу (проект)**

ФИО студента \_\_\_\_\_  
 Группа \_\_\_\_\_  
 Дисциплина Организация предпринимательской деятельности

№ п/п	Критерии оценки	Оценочные баллы	Баллы по результатам работы
	Самостоятельность выполнения работы	15	
	Содержание работы	20	
	Полнота использования методов анализа	10	
	Наличие собственных выводов, рекомендаций и предложений, собственной позиции и ее аргументации	20	
	Оформление работы	10	
	Библиография по теме работы	10	
	Оценка на защите	20	
<b>Итого</b>		<b>100</b>	

Шкала итоговой оценки:

Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
0-40	41-60	61-80	81-100

Оценочное заключение: \_\_\_\_\_  
 (неудовлетворительно/удовлетворительно/хорошо/отлично)

Преподаватель \_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.