

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.В.ДВ.01.02
(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Стартапы

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки (специальности)

38.04.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки, специальности в соответствии с ФГОС ВО)

«Управление инновациями»

(направленность (профиль))

Форма обучения: заочная

Год набора: 2019

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану)

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану)							
Количество ЗЕТ	7						
Часов по РУП	252						
Виды контроля на курсах	Экзамены	Зачеты		Курсовые проекты	Курсовые работы	Контрольные работы (для заочной формы обучения)	
		2					
	№№ курса						
	1	2	3	4	5	6	Итого
ЗЕТ по курсам		7					7
Лекции		2					2
Лабораторные							
Практические		6					6
Контактная работа		8					8
Сам. работа		240					240
Контроль		4					4
Итого		252					252

Тольятти 2018

Рецензирование рабочей программы дисциплины:



Отсутствует



Учебная (рабочая) программа одобрена на заседании департамента магистратуры (бизнес-программ) (протокол заседания № 2 от «30» августа 2018 г.).



Рецензент

(должность, ученое звание, степень)

«__» _____ 20__ г.

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Срок действия рабочей программы дисциплины до «30» августа 2022 г.

Информация об актуализации рабочей программы дисциплины:

Протокол заседания департамента № 1 от «30» августа 2019 г.

Протокол заседания департамента № 1 от «27» августа 2020 г.

Протокол заседания департамента № 1 от «30» августа 2021 г.

Протокол заседания департамента № __ от «__» _____ 20__ г.

СОГЛАСОВАНО

Руководитель департамента предпринимательства

(выпускающей направление (специальность))

«__» _____ 20__ г.

(подпись)

Н.С. Карцева

(И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель департамента магистратуры (бизнес-программ)

(разработавшей РПД)

«__» _____ 20__ г.

(подпись)

А.А. Шерстобитова

(И.О. Фамилия)

АННОТАЦИЯ

дисциплины (учебного курса)

Б1.В.ДВ.01.02 Стартапы

(индекс и наименование дисциплины (учебного курса))

1. Цель и задачи изучения дисциплины (учебного курса)

Цель – формирование у студентов компетенций по осуществлению предпринимательской деятельности и практических навыков по организации деятельности на базе инновационных идей или новых, ещё не запущенных в массовое употребление технологий.

Задачи:

1. Дать студентам знания о методах поиска идей и источников идей для стартапа.
2. Сформировать у студентов навыки составления ценностного предложения и разработки бизнес-модели.
3. Сформировать у студентов практические навыки проведения анализа рынка и оценки его потенциала.
4. Дать базовые знания студентам с методами анализа конкурентов, сегментации рынка и поиска целевой аудитории.
5. Сформировать у студентов навыки организации запуска технологического стартапа и разработки продукта.

2. Место дисциплины (учебного курса) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)» (вариативная часть, дисциплины по выбору).

Дисциплины, учебные курсы, на освоении которых базируется данная дисциплина – «Бизнес-планирование внедрения инноваций», «Коммерциализация инноваций», дисциплины и учебные курсы предыдущего уровня образования.

Дисциплины, учебные курсы, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины – «Эффективные методы управления производством», «Технологии продвижения продукции на рынок», преддипломная практика, выполнение магистерской диссертации.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (учебному курсу), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Формируемые и контролируемые компетенции	Планируемые результаты обучения
- способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1)	Знать: - методы управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями; - методы поиска идей и источников идей для стартапа; - методы анализа конкурентов, сегментации рынка и поиска целевой аудитории
	Уметь: - управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями; - искать источники идей для стартапа; - организовывать запуск технологического стартапа и разработки продукта - проводить анализ рынка и оценку его потенциала
	Владеть: - навыками управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями; - навыками составления ценностного предложения и разработки бизнес-модели; - методами анализа конкурентов, сегментации рынка и поиска целевой аудитории

Тематическое содержание дисциплины (учебного курса)

Раздел, модуль	Подраздел, тема
1.	Методы поиска идей и источников идей для стартапа. Концепция продукта
2.	Команда стартапа, формирование и мотивация команды стартапа
3.	Ценностное предложение разработки продукта
4.	Бизнес-модель предпринимательской деятельности
5.	Анализ рынка как оценка возможности запуска технологического стартапа
6.	Анализ конкурентной позиции и конкурентов
7.	Сегментация рынка
8.	Выбор целевого рынка и поиск целевой аудитории
9.	Запуск технологического стартапа и разработка продукта.

Общая трудоемкость дисциплины (учебного курса)– 7 ЗЕТ.

4. Структура и содержание дисциплины (учебного курса)

Стартапы

(наименование дисциплины (учебного курса))

Курс изучения 2

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы						Необходимые материально- технические ресурсы	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)	Рекомендуе мая литература (№)	
		Контактная работа (в часах)					Самостоятельная работа				
		всего			в т.ч. в интерактивной	Формы проведения лекций, лабораторных, практических занятий, методы обучения, реализующие применяемую образовательную технологию	в часах				формы организации самостоятельной работы
		лекций	лабораторных	практических							
1	Методы поиска идей и источников идей для стартапа. Концепция продукта.	2				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Изучение материала лекций и рекомендуемой литературы	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	[1-5]	
	Практическая работа 1 поиска идей и источников идей для стартапа					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в	11	Подготовка к практическому занятию	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Тест Кейс-задача [1-5]	

					заданиях					
2	Команда стартапа, формирование и мотивация команды стартапа.				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Изучение материала лекций и рекомендуемой литературы	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		[1-5]
	Практическая работа 2 Изучение методов формирования команды стартапа				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Подготовка к практическому занятию	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Тест Кейс-задача	[1-5]
	Практическая работа 3 Изучение методов мотивации команды стартапа.			2	Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через	11	Подготовка к практическому занятию	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Тест Кейс-задача	[1-5]

					комментарий в заданиях					
3	Ценностное предложение разработки продукта.				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Изучение материала лекций и рекомендуемой литературы	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		[1-5]
	Практическая работа 4 Изучение методик разработки продукта.				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Подготовка к практическому занятию	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Тест Кейс-задача	[1-5]
4	Бизнес-модель предпринимательской деятельности.				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на	11	Изучение материала лекций и рекомендуемой литературы	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		[1-5]

					форуме и через комментарий в заданиях					
	Практическая работа 5 Изучение существующих бизнес-моделей предпринимательской деятельности.				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Подготовка к практическому занятию	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Тест Кейс-задача	[1-5]
	Практическая работа 6 Создание бизнес-модели технологического стартапа			2	Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Подготовка к практическому занятию	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Тест Кейс-задача	[1-5]
5	Анализ рынка как оценка возможности запуска технологического стартапа.				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с	11	Изучение материала лекций и рекомендуемой литературы	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		[1-5]

6					консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях					
	Практическая работа 7 Проведение анализа рынка для оценки возможности запуска стартапа.				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Подготовка к практическому занятию	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Тест Кейс-задача	[1-5]
	Анализ конкурентной позиции и конкурентов.				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Изучение материала лекций и рекомендуемой литературы	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		[1-5]
	Практическая работа 8 Изучение методов анализа конкурентной позиции и конкурентов				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических	11	Подготовка к практическому занятию	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Тест Кейс-задача	[1-5]

						заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях					
7	Сегментация рынка. Поиск рыночной ниши технологического стартапа					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Изучение материала лекций и рекомендуемой литературы	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		[1-5]
	Практическая работа 9 Изучение методов сегментации рынка					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Подготовка к практическому занятию	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Тест Кейс-задача	[1-5]
8	Выбор целевого рынка и поиск целевой аудитории.					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение	11	Изучение материала лекций и рекомендуемой литературы	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		[1-5]

					практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях					
	Практическая работа 10 Изучение методов выбора целевого рынка			2	Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Подготовка к практическому занятию	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Тест Кейс-задача	[1-5]
	Практическая работа 11 Изучение методов поиска целевой аудитории				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Подготовка к практическому занятию	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Тест Кейс-задача	[1-5]
9	Запуск технологического стартапа и разработка продукта.				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме.	20	Изучение материала лекций и рекомендуемой литературы	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо		[1-5]

						Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях			смартфон		
	Практическая работа 12 Запуск технологического стартапа и разработка продукта					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	11	Подготовка к практическому занятию	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Тест Кейс-задача	[1-5]
	Контроль						4				
Итого:		2		6			244				
		8									
		252									

5. Критерии и нормы текущего контроля и промежуточной аттестации

Формы текущего контроля	Условия допуска	Критерии и нормы оценки
Кейс-задача	Отсутствуют	<ul style="list-style-type: none"> - оценка «отлично» выставляется студенту, если он верно выполнил задание, сделал правильные выводы и внёс в выполнение задания элементы оригинальности; - оценка «хорошо» выставляется студенту, если он верно выполнил задание, но не смог сделать достаточно правильных и аргументированных выводов; - оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он не совсем верно выполнил задание, и не сделал никаких выводов, но составил правильный алгоритм выполнения задания; - оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту за неудачную попытку выполнения задания.
Тест	Отсутствуют	<ul style="list-style-type: none"> - оценка «отлично» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 8-10 баллов (от 80 до 100% верных ответов); - оценка «хорошо» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 6-7 баллов (от 60 до 79% верных ответов); - оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 3-5 баллов (от 40 до 59% верных ответов); - оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 1-2 балла (менее 40% верных ответов)

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Критерии и нормы оценки	
Зачет	Выполнение и отчет по всем предусмотренным практическим работам	«зачтено»	Правильные ответы на вопросы билета. При наличии принципиальных ошибок в одном из двух вопросов билета – правильные ответы на дополнительные вопросы
		«не зачтено»	Принципиально неправильные ответы на вопросы билета и дополнительные вопросы

6. Критерии и нормы оценки курсовых работ (проектов)

Курсовые работы по данной дисциплине не предусмотрены

7. Примерная тематика письменных работ (курсовых, рефератов, контрольных, расчетно-графических и др.)

Письменные работы по данной дисциплине не предусмотрены

8. Вопросы к зачету

№ п/п	Вопросы
1.	Методы поиска идей и источников идей для стартапа
2.	Команда стартапа
3.	Ценностное предложение разработки продукта
4.	Бизнес-модель предпринимательской деятельности
5.	Анализ рынка как оценка возможности запуска технологического стартапа
6.	Анализ конкурентной позиции и конкурентов
7.	Сегментация рынка
8.	Выбор целевого рынка и поиск целевой аудитории
9.	Запуск технологического стартапа и разработка продукта
10.	Концепция продукта
11.	Формирование команды стартапа
12.	Мотивация команды стартапа
13.	Понятие и основные параметры проекта. Цель и стратегия проекта. Результат проекта
14.	Разработка концепции проекта. Формирование идеи проекта. Предварительные исследования по проекту
15.	Проектный анализ. Оценка реализуемости проекта
16.	Технико-экономическое обоснование проекта
17.	Бизнес-план проекта
18.	Создание коммуникационной системы проекта
19.	Принципы построения организационных структур управления проектами. Последовательность разработки и создания организационных структур управления проектами
20.	Современные средства организационного моделирования проектов
21.	Источники финансирования. Организационные формы финансирования. Организация проектного финансирования
22.	Маркетинговые исследования при разработке проекта. Маркетинговая стратегия проекта. Концепция маркетинга проекта
23.	Программа маркетинга проекта. Бюджет маркетинга проекта. Реализация маркетинга проекта. Управление маркетингом в рамках управления проектами
24.	Состав и порядок разработки проектной документации. Управление разработкой проектной документации

25.	Функции менеджера проекта
26.	Автоматизация проектных работ. Анализ программного обеспечения для управления проектами
27.	Экспертиза проектно-сметной и проектной документации. Порядок проведения экспертизы
28.	Формирование команды. Организация деятельности персонала. Управление персоналом проекта
29.	Методы снижения уровня риска. Организация работ по управлению рисками
30.	Принципы оценки эффективности проектов. Исходные данные для расчета эффективности

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

9.1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Методы поиска идей и источников идей для стартапа. Концепция продукта	ПК-1	Тест Кейс-задача
2	Команда стартапа, формирование и мотивация команды стартапа	ПК-1	
3	Ценностное предложение разработки продукта	ПК-1	
4	Бизнес-модель предпринимательской деятельности	ПК-1	Тест Кейс-задача
5	Анализ рынка как оценка возможности запуска технологического стартапа	ПК-1	
6	Анализ конкурентной позиции и конкурентов	ПК-1	
7	Сегментация рынка. Поиск рыночной ниши технологического стартапа	ПК-1	Тест Кейс-задача
8	Выбор целевого рынка и поиск целевой аудитории	ПК-1	
9	Запуск технологического стартапа и разработка продукта	ПК-1	

9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

9.2.1. Кейс-задача

Задание 1

Как скажется на поведении сотрудников филиала полученная информация? Как она и метод ее передачи повлияет на сотрудников Европейского отделения? Насколько эффективно они работали в течение двух недель после конференции? Как можно охарактеризовать выбранный метод коммуникации? Какие достоинства и недостатки вы видите? Как бы вы поступили на месте Алекса Фокса? Что делать руководству филиала в сложившейся ситуации?

Алекс Фокс стал президентом одного из филиалов крупнейшей многонациональной корпорации в июне 1997 года. До этого он занимал должность вице-

президента по финансам всей корпорации, проработав в ее финансовом отделе более двадцати лет после окончания школы бизнеса. Филиал являлся признанным мировым лидером в своей отрасли, однако его финансовые результаты не совсем удовлетворяли руководство корпорации и финансовых аналитиков Нью-Йоркской фондовой биржи, чье мнение во многом определяет курс акций компании.

Первые четыре месяца Алекс провел в поездках по миру (филиал вел операции в 160 странах), встречах с руководителями отделений (их было четыре) и компаний (филиал был построен по принципу – операционная компания в каждой стране).

С начала сентября по компании начали распространяться слухи о предстоящих организационных переменах, которые приведут к ликвидации региональных отделений, объединению операционных компаний и сокращению персонала.

Особенное волнение вызвали слухи среди сотрудников Европейской штаб-квартиры, в которой работало почти 100 человек, большинство из которых – опытные руководители высокого ранга.

В середине сентября было сообщено, что 01.10.97 г. состоится всемирная видеоконференция г-на Фокса. На конференцию были приглашены президенты и вице-президенты отделений и директора наиболее крупных операционных компаний.

В 30-минутном выступлении президент охарактеризовал предстоящую реорганизацию: ликвидация Европейской штаб-квартиры в период до 01.01.98г., преобразование других отделений в регионы, централизация подразделений поддержки операционных компаний.

На этом видеоконференция была закончена, участникам не была предоставлена возможность задавать вопросы. На следующий день во все операционные компании было направлено краткое содержание выступления Фокса. После этого в течение двух недель из мировой штаб-квартиры не поступало никакой информации.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он верно выполнил задание, сделал правильные выводы и внёс в выполнение задания элементы оригинальности;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он верно выполнил задание, но не смог сделать достаточно правильных и аргументированных выводов;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он не совсем верно выполнил задание, и не сделал никаких выводов, но составил правильный алгоритм выполнения задания;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту за неудачную попытку выполнения задания.

9.2.2. Примерные тестовые задания

1. Что такое конъюнктура?

1. сложившаяся экономическая ситуация, характеризующаяся, прежде всего, соотношением спроса и предложения, а также движением цен и товарных запасов, отраслевой структурой портфелей заказов и другими экономическими показателями.

2. объем производства данного товара в стране, экспорт товара, импорт, остатки товаров на складах производителей на начало года и на конец года.

3. овоюкупность потребителей, характеризующаяся однородной реакцией на предлагаемый продукт и на комплекс маркетинга

4. Совокупность производства, характеризующаяся однородной реакцией на предлагаемый продукт и на комплекс маркетинга.

2. Что является основным показателем конъюнктурного прогноза?

1. величина спроса.

2. величина предложения.
 3. динамика цен
 4. величина спроса и предложения
- динамику и соотношение спроса, предложения и цен на товары и услуги.

3. Показатели перспектив развития рынка:

1. темпов роста и прироста объемов продаж, цен, товарных запасов, инвестиций, прибыли;
2. параметры трендов объемов продаж, цен, товарных запасов, инвестиций, прибыли.
3. инвестиционного риска;
4. риска принятия маркетинговых решений;

4. Показатели устойчивости и цикличности рынка:

1. коэффициенты вариации объемов продаж, цен и товарных запасов во времени и пространстве;
2. состава, наполненности и динамики портфеля заказов;
3. числа, размера, частоты и динамики сделок;
4. параметры моделей сезонности и цикличности развития рынка.

5. Показатели деловой активности:

1. состава, наполненности и динамики портфеля заказов;
2. числа, размера, частоты и динамики сделок;
3. загруженности производственных и торговых мощностей.
4. коэффициенты вариации объемов продаж, цен и товарных запасов во времени и пространстве;

6. Показатели коммерческого (рыночного) риска:

1. инвестиционного риска;
2. риска принятия маркетинговых решений;
3. риска рыночных колебаний.
4. риска конкуренции

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 8-10 баллов (от 80 до 100% верных ответов);
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 6-7 баллов (от 60 до 79% верных ответов);
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 3-5 баллов (от 40 до 59% верных ответов);
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 1-2 балла (менее 40% верных ответов)

9.2.3. Кейс-задача

Задание 1.

Определите конкурентные позиции предприятий и конкурентоспособность продукции.

Конкурентами ООО "ПЛАТФОРМА-ПЛЮС" по производству и продаже медицинской специальной одежды являются:

1. ООО "Текстиль - Восток - Сервис" (г. Москва) - производитель, ООО "СПЕЦОДЕЖДА" (магазин)

г. Тольятти, ул. Коммунальная, 36, склады ЮГСЕРВИС

2. ООО "УНИФОРМА" - производитель, пошив спецодежды на заказ,

г. Тольятти, ул. Дзержинского, 98, ТД "Лабиринт"

Сегментом рынка для продукции, производимой ООО "ПЛАТФОРМА-ПЛЮС", с географической точки зрения, будет рынок города Тольятти, а именно медицинские учреждения.

ООО "ПЛАТФОРМА-ПЛЮС" занимает 42 % рынка производства медицинской спецодежды.

Стратегия конкурентов заключается в том, чтобы получить как можно больше прибыли, через предложение все большего количества товаров и занять ведущее место на рынке.

Изучение потребностей покупателей проводилось с помощью опроса медицинских работников. Анкета содержала перечень вопросов, представленный в приложении 5.

Всего было опрошено 20 человек (100 %). По цене приобретаемая медицинская одежда устраивает 90% (18 человек) опрошенных.

По эксплуатационным свойствам не устраивает 65% (13 человек) опрошенных. По защитным свойствам медицинская спецодежда не устраивает 55% (11 человек) опрошенных. Внешний вид одежды устраивает 90 % (18 человек) опрошенных.

В основном приобретают специальную медицинскую одежду в магазинах, но наметилась тенденция заказывать спецодежду в ателье, которые учитывают индивидуальные запросы потребителей.

Всех опрошенных устраивает срок оказания услуг и производства одежды на предприятиях, к которым они обращаются.

В результате опроса потребителей выяснилось, что в основном (60% из 100% опрошенных) приобретают халат медицинский, сшитый из бязи отбеленной, состоящей из 100% хлопка.

Таким образом, именно это изделие будет являться исследуемой разновидностью товара в данном дипломном проекте.

Сравнительный анализ критериев исследуемого товара и товара-аналога представлен в таблице 1. Сравнение изделий предприятий-конкурентов будет проводиться по параметрам, выбранным на основе опросов потребителей и экспертов.

Таблица 1

Сравнительный анализ критериев исследуемого товара и товаров-аналогов

Параметры	Весомость параметра	Характеристика параметра		
		ООО "ПЛАТФОРМА-ПЛЮС" (г. Тольятти)	ООО "СТАРТ" (г. Москва)	ООО "КУБ" (г. Тольятти)
1. Реклама продукции или услуги по пошиву одежды	0,27	Отсутствует (1 балл)	Реклама в справочнике "Молния", вывеска на магазине (3 балла)	Вывеска (2 балла)
2. Цена, руб.	0,23	195	170	210
3. Занимаемая доля рынка производства продукции, %	0,17	42	42	16
4. Трудоемкость изготовления 1 изделия, мин.	0,13	20,83	19,97	20,83
5. Условия обслуживания*	0,11	3 балла	2 балла	4 балла
6. Наличие сертификата соответствия на продукцию	0,09	Отсутствует (1 балл)	Наличие контроля	Отсутствует (1 балл)

			качества продукции (2 балла)	
--	--	--	------------------------------------	--

* Расстановка баллов в этом параметре проводилась по четырех бальной шкале, где 1 балл присваивался предприятию в котором нет салона, нет образцов изделий, нет специалиста-консультанта, 2 балла - нет салона, есть образцы изделий, нет специалиста-консультанта, 3 балла - нет салона, есть образцы изделий, есть специалист-консультант, 4 балла - есть салон, есть образцы изделий, есть специалист-консультант.

Товаром-аналогом для сравнения с халатом, сшитым в ООО "ПЛАТФОРМА-ПЛЮС ", будет являться халат, сшитый в ООО "Текстиль-Восток-Сервис" (г. Москва) и реализуемый в магазине "Спецодежда" (г. Тольятти).

Определение единичных критериев конкурентоспособности

1) единичный параметрический показатель по рекламе:

$$g_1 = 1 / 3 = 0,33 * 100 = 33 \%,$$

2) единичный параметрический показатель по цене:

$$g_2 = 195 / 170 = 1,147 * 100 = 114,7 \%,$$

3) единичный параметрический показатель по занимаемой доли рынка:

$$g_3 = 42 / 42 = 1 * 100 = 100 \%,$$

4) единичный параметрический показатель по трудоемкости пошива:

$$g_4 = 20,83 / 19,97 = 1,04 * 100 = 104 \%,$$

5) единичный параметрический показатель по условиям обслуживания:

$$g_5 = 3 / 2 = 1,5 * 100 = 150 \%,$$

6) единичный параметрический показатель по наличию сертификата соответствия:

$$g_6 = 1 / 2 = 0,5 * 100 = 50 \%.$$

Определение группового критерия конкурентоспособности :

$$\text{И.п.} = (0,33 * 0,27) + (1,147 * 0,23) + (1 * 0,17) + (1,04 * 0,13) + (1,5 * 0,11) + (0,5 * 0,09) = 0,86811$$

Определение обобщенного критерия конкурентоспособности исследуемого товара:

$$K = (1/3) * 0,27 + (170/195) * 0,23 + (42/42) * 0,17 + (19,07/20,83) * 0,13 + (3/2) * 0,11 + (1/2) * 0,09 = 0,7889 \text{ или } 78,89 \%$$

Проведем сравнение продукции анализируемого предприятия и продукции ООО "Униформа".

Определение единичных критериев конкурентоспособности:

1) единичный параметрический показатель по рекламе:

$$g_1 = 1 / 2 = 0,5 * 100 = 50 \%,$$

2) единичный параметрический показатель по цене:

$$g_2 = 195 / 210 = 0,928 * 100 = 92,8 \%,$$

3) единичный параметрический показатель по занимаемой доли рынка:

$$g_3 = 42 / 16 = 2,625 * 100 = 262,5 \%,$$

4) единичный параметрический показатель по трудоемкости пошива:

$$g_4 = 20,83 / 20,83 = 1 * 100 = 100 \%,$$

5) единичный параметрический показатель по условиям обслуживания:

$$g_5 = 3 / 4 = 0,75 * 100 = 75 \%,$$

6) единичный параметрический показатель по наличию сертификата соответствия:

$$g_6 = 1 / 1 = 1 * 100 = 100 \%.$$

Определение группового критерия конкурентоспособности :

$$\text{И.п.} = (0,5 * 0,27) + (0,928 * 0,23) + (2,625 * 0,17) + (1 * 0,13) + (0,75 * 0,11) + (1 * 0,09) = 1,0965$$

Определение обобщенного критерия конкурентоспособности исследуемого товара (см. формулу 18):

$$K = (1/2) * 0,27 + (210/195) * 0,23 + (42/16) * 0,17 + (20,83/20,83) * 0,13 + (3/4) * 0,11 + (1/1) * 0,09 = 1,1305 \text{ или } 113,05 \%.$$

Проведем анализ приверженности - положение на рынке. Компания постоянно открыта для конкуренции, и если она не может удовлетворить требования рынка, она проиграет. Потеря доверия покупателей - первый признак каких-то нарушений.

Сильное положение на рынке есть результат способности понять рынок и обеспечить приверженность покупателей.

Анализ проводился следующим образом. Участников рынка опросили, чтобы выяснить применительно к каждому из них:

а) проникновение компании на рынок, долю клиентов, покупающих продукцию у каждой компании;

б) успех в завоевании приверженности покупателей, то есть насколько потребности клиентов действительно удовлетворяются компанией.

На основе опроса составлена матрица, представленная на рисунке 1.

Приверженность покупателей компании

	ООО " Платформа-плюс "	ООО "Старт"
	_____	ООО "Куб"
Проникновение компании на рынок		

Рис. 1. Анализ приверженности - положение на рынке

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он верно выполнил задание, сделал правильные выводы и внёс в выполнение задания элементы оригинальности;

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он верно выполнил задание, но не смог сделать достаточно правильных и аргументированных выводов;

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он не совсем верно выполнил задание, и не сделал никаких выводов, но составил правильный алгоритм выполнения задания;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту за неудачную попытку выполнения задания.

10. Образовательные технологии и методические указания по освоению дисциплины (учебного курса)

При обучении используются дистанционные образовательные технологии.

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написания конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на лабораторном занятии. Уделить внимание следующим понятием (перечисление понятий) и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Прослушивание аудио – и видеозаписей по заданной теме, решение расчётно-графических заданий, решения задач по алгоритму и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к экзамену (зачету) необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (учебного курса)

11.1. Обязательная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Количество в библиотеке
1.	Маркетинг (ситуационные задачи и тесты) [Электронный ресурс] : практикум / М. Б. Щепакин [и др.]. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 512 с. - ISBN 978-5-16-108489-2.	практикум	ЭБС "ZNANIUM.COM"
2.	Латышев Д. В. Маркетинговые технологии и стратегии в управленческой деятельности организации [Электронный ресурс] : теоретический курс : учеб. пособие для студентов вузов / Д. В. Латышев, Т. М. Гомаюнова ; Волгоград. гос. социально-пед. ун-т. - Волгоград : ВГСПУ : Перемена, 2019. - 135 с.	учебное пособие	ЭБС "IPRbooks"
3.	Лапуста М. Г. Предпринимательство [Электронный ресурс] : учебник / М. Г. Лапуста. - Изд. испр. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 384 с. - (Высшее образование. Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006602-8.	учебник	ЭБС "ZNANIUM.COM"
4.	Предпринимательство [Электронный ресурс] : учебник / А. Н. Романов [и др.] ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Г. Б. Поляка. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 687 с. - ISBN 978-5-238-01545-3.	учебник	ЭБС "IPRbooks"
5.	Музыченко В. В. HR в СТАРТАПе [Электронный ресурс] : практ. пособие / В. В. Музыченко. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 224 с. - (Просто, кратко, быстро). - ISBN 978-5-16-009804-3.	Практическое пособие	ЭБС "ZNANIUM.COM"

11.2. Дополнительная литература и учебные материалы (аудио-, видеопособия и др.)

- фонд научной библиотеки ТГУ

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, аудио-, видеопособия и др.)	Количество в библиотеке
1	Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / С. А. Ким. - Москва : Дашков и К°, 2015. - 258 с. - ISBN 978-5-394-02014-8.	учебник	ЭБС "ZNANIUM.COM"
2	Дробышева Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. А. Дробышева. - 5-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2017. - 149 с. - ISBN 978-5-394-02732-1.	учебное пособие	ЭБС "ZNANIUM.COM"
3	Костылева С. Ю. Экономические основы предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. Ю. Костылева. - Саратов : Ай Пи Ар Букс, 2015. - 171 с. - ISBN 978-5-906-17267-9	учебное пособие	ЭБС "IPRbooks"
4	Медынский В. Г. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / В. Г. Медынский. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 295 с. - (Высшее образование. Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-002226-0.	учебник	ЭБС "ZNANIUM.COM"

- другие фонды:

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Место хранения (методический кабинет кафедры, городские библиотеки и др.)
1.	Стартапы: электронный контент - Тольятти: Изд-во ТГУ. - образовательная среда Росдистант	Электронное издание	образовательная среда Росдистант

СОГЛАСОВАНО

Директор научной библиотеки

(подпись)

(И.О. Фамилия)

«__» ____ 20__ г.
МП

11.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

— WebofScience[Электронный ресурс] : мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia: ClarivateAnalytics, 2016– . – Режим доступа : apps.webofknowledge.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

— Scopus[Электронный ресурс] : реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004– . – Режим доступа : scopus.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

— Elibrary[Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва : НЭБ, 2000– . – Режим доступа : elibrary.ru. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

— SpringerLink[Электронный ресурс] : [база данных]. – Switzerland: SpringerNature, 1842– . – Режим доступа : link.springer.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.

— ScienceDirect[Электронный ресурс] : коллекция электронных книг издательства Elsevier. – Netherlands: Elsevier, 2018– . – Режим доступа : sciencedirect.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.

— Cambridgeuniversitypress[Электронный ресурс] : журналы издательства. – Cambridge: Cambridgeuniversitypress, 2018– . – Режим доступа : cambridge.org. – Загл. с экрана. – Яз. англ.

— NEICON[Электронный ресурс] : электронная информация : архив научных журналов. – Москва : НЭИКОН, 2002– . – Режим доступа : neicon.ru/resources/archive. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

.

11.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Количество лицензий	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows: WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Academic	-	договор № 757 от 04.07.2018, срок действия – бессрочно; контракт № 1653 от 14.12.2018, срок действия – бессрочно
2	Office Standard: Office Standard 2013 Russian OLP NL AcademicEdition Office Standard 2016 Russian OLP NL AcademicEdition	- - -	контракт № 690 от 19.05.2015, срок действия – бессрочно договор № 757 от 04.07.2018, срок действия – бессрочно; контракт № 727 от 20.07.2016, срок действия – бессрочно
3	Mirapolis Human Capital Management	-	лицензионный договор № 42/02/22-К от 02.02.2022, срок действия – 31.08.2022

11.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий	Перечень основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др.	Площадь, м ²	Количество посадочных мест
1	УЛК-807 Аудитория вебконференций. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации.	Экран телевизионный, ширмы, прожектор на штативе. стол преподавательский, стулья преподавательские., Транспарант- перетяжка, системный блок .	445020, Самарская обл., г. Тольятти, ул. Белорусская, 16 В	17,1	1
2	Г-401 Помещение для самостоятельной работы студентов	Столы ученические, стулья ученические, ПК с выходом в сеть Интернет	445020, Самарская обл., г. Тольятти, ул. Белорусская, д. 14	84.8	16