**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**

**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА»**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

|  |
| --- |
| «УТВЕРЖДАЮ»  Декан экономического факультета МГУ  профессор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.А.Аузан  «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 год |
|  |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Наименование дисциплины:**

**Создание бизнеса**

**Уровень высшего образования:**

МАГИСТРАТУРА

**Направление подготовки:**

38.04.02. МЕНЕДЖМЕНТ

**Форма обучения:**

ОЧНАЯ

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

*Учебно-методической комиссией экономического факультета*

(протокол №\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, дата)

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки магистратуры 38.04.02. Менеджмент

ОС МГУ утвержден решением Ученого совета МГУ имени М.В.Ломоносова от 28 декабря 2020 года, протокол №7

Год (годы) приема на обучение: 2021 и последующие

1. **Место и статус дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы подготовки магистра**

Статус дисциплины: *вариативная*

Триместр: 2

1. **Входные требования (реквизиты) для освоения дисциплины**

*Для успешного освоения данного курса требуются знания и умения, полученные в следующих дисциплинах:*

— Современные технологии и методы принятия управленческих решений

— Управленческая экономика

— Стратегический менеджмент

1. **Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Компетенции выпускников (коды)** | **Индикаторы (показатели) достижения компетенций** | **Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряженные с компетенциями** |
| УК-4. Способен организовывать и осуществлять руководство работой команды (группы), вырабатывая и реализуя командную стратегию для достижения поставленной цели | УК-4.И-1. Формирует эффективную команду | УК-4.И-1.З-1. Знает основные модели командообразования и факторы, влияющие на эффективность командной работы |
| УК-4.И-1.У-1. Умеет распределять роли в команде с учетом индивидуальных характеристик участников |
| УК-4.И-1.У-2. Умеет ставить перед каждым участником команды четко сформулированную задачу с учетом его роли |
| УК-4.И-1.У-3. Умеет выбирать методы организации работы команды с учетом специфики поставленной цели, временных и прочих ограничений |
| УК-4.И-1.У-4. Умеет планировать работу команды по достижению поставленных целей и оценивать необходимые ресурсы |
| ПК-13.  Способен планировать, организовывать и управлять предпринимательской деятельностью | ПК-13.И-1. Разрабатывает и внедряет стратегии предпринимательской деятельности | ПК-13.И-1.З-1. Знает основные принципы, условия, виды и формы осуществления предпринимательской деятельности |
| ПК-13.И-2.У-1. Умеет оценивать факторы внешней и внутренней среды, их влияние на условия и результаты предпринимательской деятельности |
| ПК-13.И-2.У-2. Умеет управлять ресурсным обеспечением предпринимательской деятельности |
| МПК-1.  Способен управлять службами и подразделениями в компаниях различных форм собственности на разных стадиях жизненного цикла развития бизнеса, в том числе используя современные цифровые технологии | МПК-1.И-1. Использует и адаптирует принципы, методы и стили управления к специфике организаций различных различных форм собственности на разных стадиях жизненного цикла развития бизнеса | МПК-1.И-1.З-1. Знает характеристики организаций различных типов и форм, а также особенности их развития на разных стадия жизненного цикла бизнеса |
| МПК-2.  Способен организовывать новые предпринимательские структуры и разрабатывать стратегии их поведения на различных рынках | МПК-2.И-1. Способен самостоятельно организовывать структуру подразделений, организаций, проектов и сетей | МПК-2.И-1.-У-1. Умеет разрабатывать и организовывать структуру подразделений, организаций, проектов и сетей с учётом целей развития |

1. **Объем дисциплины по видам занятий**

Объем дисциплины составляет \_3\_ зачетные единицы: \_108\_ академических часов, в том числе \_52\_ академических часов составляет контактная работа с преподавателем, \_56\_ академических часов составляет самостоятельная работа магистранта.

1. **Формат обучения \_** очное, c использованием обучающей среды On.Econ **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**
2. **Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля),**  **Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)** | **Всего**  **(часы**) | В том числе | | | | | | |
| **Контактная работа  (работа во взаимодействии с преподавателем)**  ***Виды контактной работы, часы*** | | | | **Самостоятельная работа обучающегося**  ***Виды самостоятельной работы, часы*** | | |
| Занятия семинарского типа | Групповые консультации | Индивидуальные консультации | **Всего** | Подготовка к аудиторным занятиям | Самостоятельная внеаудиторная работа | **Всего** |
| Тема 1. Поиск идеи и формирование команды единомышленников | 16 | 4 |  | 4 | **8** | 4 | 4 | **8** |
| Тема 2. Построение бизнес-модели | 16 | 4 |  | 4 | **8** | 4 | 4 | **8** |
| Тема 3. Создание минимального жизнеспособного продукта | 16 | 4 |  | 4 | **8** | 4 | 4 | **8** |
| Тема 4. Формулировка гипотезы о целевой аудитории и рынке | 16 | 4 |  | 4 | **8** | 4 | 4 | **8** |
| Тема 5. Анализ рыночного спроса | 16 | 4 |  | 4 | **8** | 4 | 4 | **8** |
| Тема 6. Инструменты привлечения финансирования | 16 | 4 |  | 4 | **8** | 4 | 4 | **8** |
| Промежуточная аттестация  (итоговый тест) | 12 | 4 |  |  | **4** | 4 | 4 | **8** |
| **Итого** | **108** | **52** | | | | **56** | | |

**Краткое содержание тем дисциплины**

**Тема 1. Поиск идеи и формирование команды единомышленников**

Сущность и основные характеристики предпринимательства. Виды и формы предпринимательской деятельности. Развитие внутрикорпоративного предпринимательства. Развитие социального предпринимательства. Принципы креативного создания бизнес-идеи и источники её возникновения. Методы генерации и фильтрации бизнес-идей.

*Основная литература:*

1. Основы предпринимательства : учебное пособие / под ред. Н. П. Иващенко. – Москва : Проспект, 2017. – 336 с.

*Дополнительная литература:*

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 13.07.2015.с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015).
2. Кикал Д., Лайонс Т. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше. Understanding Enterpreneurship. The Re lent lessPursuit of Mission in an Ever Changing World. М.: Альпина Паблишер, 2014. 304 с.
3. Де Боно Э. Латеральное мышление. М.: Попурри, 2012. 384 с.
4. Better Product Design, Institute of Manufacturing, University of Cambridge. URL: <http://www.ifm.eng.cam.ac.uk/>
5. Bygrave W., Zacharakis A. (ed.) The Portable MBA in Entrepreneurship (4th edition). J. Wiley & Sons, 2010

**Тема 2. Построение бизнес-модели**

Характеристика внешней среды функционирования фирмы. Основные факторы внешней среды, их влияние на условия и результаты предпринимательской деятельности. Общая структура модели фирмы рыночного типа. Базовые основы бизнес-моделирования. Бизнес-модель М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманн. Формализация бизнес-модели: подход А. Остервальдера.

*Основная литература:*

1. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-модели: настольная книга стратега и новатора. М.: Альпина Паблишер, 2014. Серия «Сколково». 288 с.

*Дополнительная литература:*

1. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей / Филип Котлер, Фернандо Триас де Бес ; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишерз, 2010. — 206 с.
2. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе / М.: Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 287 с.
3. Шеер А. Бизнес-процессы. Основные понятия. Теория. Методы / М.: Вильяммс, 2009. – 152 с.
4. De Reuver M., Bouwman H., Haaker T. Business model roadmapping: a practical approach to come from an existing to a desired business model // International Journal of Innovation Management. February 2013. Vol. 17. Is. 1.

**Тема 3. Создание минимального жизнеспособного продукта**

Понятие минимального жизнеспособного продукта. Способы подтверждения работоспособности минимального жизнеспособного продукта.

*Основная литература:*

1. Рис Э. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. – Альпина Паблишер, 2014.

*Дополнительная литература:*

1. Альварес С. Как создать продукт, который купят: метод Lean Customer Development. – Альпина Паблишер, 2016.
2. Беркун С. Дизайн всего: Как появляются вещи, о которых мы не задумываемся. – Альпина Паблишер.

**Тема 4. Формулировка гипотезы о целевой аудитории и рынке**

Сущность и основные характеристики предпринимательства. Виды и формы предпринимательской деятельности. Развитие внутрикорпоративного предпринимательства. Развитие социального предпринимательства. Принципы креативного создания бизнес-идеи и источники её возникновения. Методы генерации и фильтрации бизнес-идей.

*Основная литература:*

1. Основы предпринимательства : учебное пособие / под ред. Н. П. Иващенко. – Москва : Проспект, 2017. – 336 с.

*Дополнительная литература:*

1. Аакер Д., Кумар В., Дей Дж. Маркетинговые исследования. — СПб.: Питер, 2004.
2. Блэкуэлл Д. У., Энджел Дж.Ф., Миниард П. У. Поведение потребителей. 10-е изд. — СПб.: Питер, 2007. — 944 с.
3. Котлер Ф., Келлер К. Л. Основы маркетинга. — СПб.: Питер, 2018. — 848 с.

**Тема 5. Анализ рыночного спроса**

Оценка рыночного потенциала отобранной бизнес-идеи. Объем рынка, количественная и качественная оценки. Построение динамики рынка. Детальный анализ рынка. Конкуренты. Составление карт стратегических групп. Поставщики. Потребители. Методы составления портрета целевой аудитории. Определение размера целевой группы и выбор аффинитивных каналов продвижения.

Составление маркетингового плана и плана рекламы. Определение рекламного бюджета. Определение отдачи от рекламы. Методы количественного измерения эффективности рекламы. Построение медиаплана.

*Основная литература:*

1. Основы предпринимательства : учебное пособие / под ред. Н. П. Иващенко. – Москва : Проспект, 2017. – 336 с.

*Дополнительная литература:*

1. Форд Б., Борнстайн Дж., Пруэтт П. Руководство Ernst & Young по составлению бизнес-планов / М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 264 с.
2. Кэмп Дж. Сначала скажите "нет", Технологии ведения переговоров, которые профессионалы хотели бы от вас скрыть / М.: Добрая книга, 2010 – 272 с.
3. Блог Яндекс.Метрики // [Электронный ресурс] URL: https://yandex.ru/blog/metrika
4. Tilda Education // [Электронный ресурс] URL: http://tilda.education/

**Тема 6. Инструменты привлечения финансирования**

Финансирование собственного бизнеса. Бизнес-ангелы, венчурные фонды, инвестиционные фонды. Этапы развития проектов и возможное финансирование на каждом из них. Банковское инвестирование. Бутстреппинг. Государственные источники финансирования. Венчурное финансирование. Типы инвесторов, их требования к проектам, условия финансирования.

*Основная литература:*

1. Бланк И. Управление финансовыми ресурсами. М.: Омега-Л, Эльга, 2013. 768 с.

*Дополнительная литература:*

1. Бланк С., Дорф Б. Стартап: настольная книга основателя. М.: Альпина Паблишер, 2014. 616 с.
2. Груздева Е.В. Венчурное финансирование инновационной деятельности // М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2017. — 160 с.
3. Кавасаки Г. Стартап. 11 мастер-классов от экс-евангелиста Apple и самого дерзкого венчурного капиталиста Кремниевой долины / М.: Юнайтед Пресс, 2010. – 256 с.
4. Основы предпринимательства : учебное пособие / под ред. Н. П. Иващенко. – Москва : Проспект, 2017. – 336 с.
5. **Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине** 
   1. **Примеры оценочных средств:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Результаты обучения по дисциплине** | **Виды оценочных средств** |
| УК-4.И-1.З-1. Знает основные модели командообразования и факторы, влияющие на эффективность командной работы | Итоговый тест |
| УК-4.И-1.У-1. Умеет распределять роли в команде с учетом индивидуальных характеристик участников | Выполнение домашних заданий  Работа на семинарах  Участие в питч-сессии проектов |
| УК-4.И-1.У-2. Умеет ставить перед каждым участником команды четко сформулированную задачу с учетом его роли | Выполнение домашних заданий  Работа на семинарах  Участие в питч-сессии проектов |
| УК-4.И-1.У-3. Умеет выбирать методы организации работы команды с учетом специфики поставленной цели, временных и прочих ограничений | Выполнение домашних заданий  Работа на семинарах  Участие в питч-сессии проектов |
| УК-4.И-1.У-4. Умеет планировать работу команды по достижению поставленных целей и оценивать необходимые ресурсы | Выполнение домашних заданий  Работа на семинарах  Участие в питч-сессии проектов |
| ПК-13.И-1.З-1. Знает основные принципы, условия, виды и формы осуществления предпринимательской деятельности | Итоговый тест |
| ПК-13.И-2.У-1. Умеет оценивать факторы внешней и внутренней среды, их влияние на условия и результаты предпринимательской деятельности | Выполнение домашних заданий  Работа на семинарах  Участие в питч-сессии проектов |
| ПК-13.И-2.У-2. Умеет управлять ресурсным обеспечением предпринимательской деятельности | Выполнение домашних заданий  Работа на семинарах  Участие в питч-сессии проектов |
| МПК-1.И-1.З-1. Знает характеристики организаций различных типов и форм, а также особенности их развития на разных стадия жизненного цикла бизнеса | Итоговый тест |
| МПК-2.И-1.-У-1. Умеет разрабатывать и организовывать структуру подразделений, организаций, проектов и сетей с учётом целей развития | Выполнение домашних заданий  Работа на семинарах  Участие в питч-сессии проектов |

* 1. **Критерии оценивания (баллы) по дисциплине:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Виды оценочных средств** | **Баллы** |
| Выполнение домашних заданий (с обязательной защитой на семинарах) | 60 |
| Работа на семинарах | 30 |
| Участие в питч-сессии проектов | 30 |
| Итоговый тест | 30 |
| **Итого** | **150** |

* 1. **Оценка по дисциплине выставляется, исходя из следующих критериев:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Оценка** | **Минимальное количество баллов** | **Максимальное количество баллов** |
| *Отлично* | 127,5 | 150,0 |
| *Хорошо* | 97,5 | 127,4 |
| *Удовлетворительно* | 60,0 | 97,4 |
| *Неудовлетворительно* | 0,0 | 59,9 |

**Примечание:** в случае, если магистрант за триместр набирает менее 20% баллов от максимального количества по дисциплине, то уже на промежуточном контроле (и далее на пересдачах) действует следующее правило сдачи: «магистрант может получить только оценку «Удовлетворительно», и только если получит за промежуточный контроль, включающий весь материал дисциплины, не менее, чем 85% от баллов за промежуточный контроль».

* 1. **Типовые задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения:**

В течение триместра студенты выполняют групповой проект в командах по 3-5 человек по созданию собственного бизнеса. На семинарах студенты получают необходимые теоретические знания для выполнения того или иного этапа проекта, на контактных часах с преподавателем – отчитываются о выполненном этапе разработки проекта. Проект включает в себя следующие стадии в соответствии с темами курса:

|  |  |
| --- | --- |
| **Этап выполнения группового проекта** | **Этап выполнения группового проекта** |
| Этап 1 | 1. Анализ и визуализация сформированной команды на основе предложенных тестов.  2. Работа с идеями проекта: решаемая проблема, карта идей и проработка идей, перспективы. |
| Этап 2 | 1. Построить бизнес-модель  2. Описать среду бизнес-модели  3. Оценить бизнес-модель |
| Этап 3 | 1. Составить гипотезы для CustDev (не менее 10)  2. Составить вопросы для CustDev (от 25 до 20)  3. Провести глубинные интервью (не менее 15)  4. Предложить MVP  5. Предложить инструменты проверки жизнеспособности, проверить |
| Этап 4 | Задача 1 - заполнить таблицу, спрогнозировать показатели на основе значений конкурентов, среднеотраслевых показателей или собственного опыта и понять, насколько ваша модель жизнеспособна.  Задача 2 - найти точку безубыточности (К0) - объем продаж, при котором расходы перестают превышать доходы (постоянные расходы (не зависящие от объема продаж) / показатель прибыли с одного клиента) - какой % аудитории нужно охватить для достижения безубыточности |
| Этап 5 | Выполнить расчёты по шаблону финансовой модели для своего проекта |
| Этап 6 | Подготовка и защита финальной презентации проекта |

* 1. **Методические рекомендации и требования к выполнению заданий:**

Все домашние задания выполняются в файлах указанных форматов, задания, выполненные в других форматах – не принимаются. В файлах обязательно указываются фамилии и имена всех членов команды. Домашние задания загружает один человек от группы.

Рекомендуемая структура **финальной презентации проекта**:

1. краткое резюме проекта
2. общие сведения о компании
3. описание рынка
4. описание бизнес-модели
5. ключевые финансовые и операционные показатели
6. маркетинговые каналы + метрики
7. конкуренты и сравнительный анализ с вашим проектом
8. команда + сильные стороны каждого участника
9. текущий статус бизнеса и достижения
10. объем потребности в деньгах и характер использования инвестиций
11. контакты
12. приложения (опционально)
13. **Ресурсное обеспечение**
    1. **Перечень основной и дополнительной литературы**

**Основная литература:**

1. Бланк И. Управление финансовыми ресурсами. М.: Омега-Л, Эльга, 2013. 768 с.
2. Основы предпринимательства : учебное пособие / под ред. Н. П. Иващенко. – Москва : Проспект, 2017. – 336 с.
3. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-модели: настольная книга стратега и новатора. М.: Альпина Паблишер, 2014. Серия «Сколково». 288 с.
4. Рис Э. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. – Альпина Паблишер, 2014.

**Дополнительная литература:**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 13.07.2015.с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015).
2. Аакер Д., Кумар В., Дей Дж. Маркетинговые исследования. — СПб.: Питер, 2004.
3. Альварес С. Как создать продукт, который купят: метод Lean Customer Development. – Альпина Паблишер, 2016.
4. Беркун С. Дизайн всего: Как появляются вещи, о которых мы не задумываемся. – Альпина Паблишер.
5. Бланк С., Дорф Б. Стартап: настольная книга основателя. М.: Альпина Паблишер, 2014. 616 с.
6. Блэкуэлл Д. У., Энджел Дж.Ф., Миниард П. У. Поведение потребителей. 10-е изд. — СПб.: Питер, 2007. — 944 с.
7. Груздева Е.В. Венчурное финансирование инновационной деятельности // М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2017. — 160 с.
8. Де Боно Э. Латеральное мышление. М.: Попурри, 2012. 384 с.
9. Кавасаки Г. Стартап. 11 мастер-классов от экс-евангелиста Apple и самого дерзкого венчурного капиталиста Кремниевой долины / М.: Юнайтед Пресс, 2010. – 256 с.
10. Кикал Д., Лайонс Т. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше. Understanding Enterpreneurship. The Re lent lessPursuit of Mission in an Ever Changing World. М.: Альпина Паблишер, 2014. 304 с.
11. Котлер Ф., Келлер К. Л. Основы маркетинга. — СПб.: Питер, 2018. — 848 с.
12. Кэмп Дж. Сначала скажите "нет", Технологии ведения переговоров, которые профессионалы хотели бы от вас скрыть / М.: Добрая книга, 2010 – 272 с.
13. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей / Филип Котлер, Фернандо Триас де Бес ; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишерз, 2010. — 206 с.
14. Форд Б., Борнстайн Дж., Пруэтт П. Руководство Ernst & Young по составлению бизнес-планов / М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 264 с.
15. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе / М.: Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 287 с.
16. Шеер А. Бизнес-процессы. Основные понятия. Теория. Методы / М.: Вильяммс, 2009. – 152 с.
17. Bygrave W., Zacharakis A. (ed.) The Portable MBA in Entrepreneurship (4th edition). J. Wiley & Sons, 2010
18. De Reuver M., Bouwman H., Haaker T. Business model roadmapping: a practical approach to come from an existing to a desired business model // International Journal of Innovation Management. February 2013. Vol. 17. Is. 1.

**8.2. Перечень лицензионного программного обеспечения**

Пакет программ Microsoft Office

**8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

Ресурсы институциональной подписки экономического факультета МГУ

**8.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости)**

1. Блог Яндекс.Метрики // [Электронный ресурс] URL: https://yandex.ru/blog/metrika
2. Tilda Education // [Электронный ресурс] URL: <http://tilda.education/>
3. Better Product Design, Institute of Manufacturing, University of Cambridge. URL: <http://www.ifm.eng.cam.ac.uk/>

**8.5. Описание материально-технической базы**

* мультимедийная аудитория с проектором и компьютером для проведения занятий;
* портал экономического факультета МГУ([www.on.econ.msu.ru](http://www.on.econ.msu.ru));
* доступ студента в институциональную подписку факультета;
* наличие доски для письма маркером.

1. **Язык преподавания:** русский
2. **Преподаватель (преподаватели):**

Чашкина Дарья Ивановна, старший преподаватель

Суслова Ирина Павловна, ведущий инженер

1. **Разработчики программы:**

Чашкина Дарья Ивановна, старший преподаватель

Суслова Ирина Павловна, ведущий инженер