

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Московский физико-технический институт
(национальный исследовательский университет)»**

УТВЕРЖДЕНО

**Директор физтех-школы бизнеса
высоких технологий**

В.Ю. Григорьев

	Рабочая программа дисциплины (модуля)
по дисциплине:	Бизнес-аналитика
по направлению:	Наукоёмкие технологии и экономика инноваций
профиль подготовки:	Создание и развитие высокотехнологичного бизнеса Физтех-школа бизнеса высоких технологий Физтех-школа бизнеса высоких технологий
курс:	1
квалификация:	магистр

Семестр, формы промежуточной аттестации: 2 (весенний) - Экзамен

Аудиторных часов: 30 всего, в том числе:

лекции: 15 час.

семинары: 15 час.

лабораторные занятия: 0 час.

Самостоятельная работа: 30 час.

Подготовка к экзамену: 30 час.

Всего часов: 90, всего зач. ед.: 2

Программу составил: А.В. Щербенок, канд. филол. наук

Программа обсуждена на заседании Физтех-школы бизнеса высоких технологий 15.05.2024

Аннотация

Курс «Бизнес-аналитика» представляет собой комплексную программу, направленную на развитие навыков и компетенций в области анализа и оптимизации бизнес-процессов. Курс позволит слушателям освоить такие разделы, как экономика бизнеса, учет рисков и анализа решений и применение анализа данных в бизнес-аналитике.

Курс предназначен для специалистов, желающих улучшить свои навыки в области бизнес-анализа, разработки проектов и принятия обоснованных управленческих решений.

1. Цели и задачи

Цель дисциплины

Формирование у обучающихся теоретических и практических навыков по ведению проектной деятельности.

Задачи дисциплины

1. Формирование знаний о ведении проектной деятельности.
2. Подготовка и представление финансовой информации о проектах для потенциальных инвесторов.
3. Формирование навыков системно решать вопросы организации работы над проектом.
4. Обучение целостно воспринимать нормативно-правовое поле.
5. Освоение навыка защиты проекта.

2. Перечень формируемых компетенций

Освоение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2 Владеет, по крайней мере, одним иностранным языком на уровне социального и профессионального общения, способен применять специальную лексику и профессиональную терминологию языка
ОПК-1 Способен анализировать и выявлять естественнонаучную и экономическую сущность решаемых проблем на основе приобретенных знаний	ОПК-1.1 Знает и способен использовать в профессиональной деятельности фундаментальные научные и экономические знания и современные методы исследований в области наукоемких технологий и экономики инноваций
ОПК-4 Способен формулировать, формировать и применять критерии оценки эффективности результатов разработки и внедрения новой наукоемкой продукции	ОПК-4.1 Способен аргументировано выбирать эффективный способ проведения исследования и разработки проекта создания новой наукоемкой продукции, способен сформулировать критерии этого выбора
ОПК-5 Способен собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные, необходимые для профессиональной сферы деятельности	ОПК-5.1 Владеет знаниями и навыками использования информационно-коммуникационных технологий для поиска и изучения научной литературы, применения прикладных программных продуктов
ПК-7 Способен эффективно использовать организационно-управленческие знания и навыки при выполнении технологических проектов	ПК-7.1 Знает теорию и владеет методами запуска и управления технологическими проектами для эффективного достижения целей проекта в рамках утвержденных заказчиком требований, бюджета и сроков
	ПК-7.2 Владеет методами планирования, организации исполнения, контроля, анализа отклонений и коррекции исполнения технологических проектов

ПК-10 Способен применять методы планирования исследований и экспериментов при выполнении проектов и заданий в избранной предметной области	ПК-10.2 Умеет применять теоретические знания к построению программ исследований и экспериментов при выполнении конкретных проектов и заданий
	ПК-10.3 Владеет методами планирования исследований и экспериментов в избранной предметной области

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны

знать:

1. Основные аналитические подходы в сфере бизнеса.
2. Методы количественного и качественного анализа информации.
3. Финансовые и организационно-управленческие модели.
4. Основные современные подходы к пониманию проблематики предпринимательства и бизнеса.

уметь:

1. Проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами в практической деятельности организаций.
2. Моделировать бизнес-процессы.
3. Выстраивать экономические, финансовые и организационно-управленческие модели путем их адаптации к конкретным задачам управления.

владеть:

1. Методами реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций.
2. Навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений.
3. Навыком системно решать вопросы организации работы над проектом.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкости по видам учебных занятий

№	Тема (раздел) дисциплины	Трудоемкость по видам учебных занятий, включая самостоятельную работу, час.			
		Лекции	Семинары	Лаборат. работы	Самост. работа
1	Бизнес-аналитика	3	2		5
2	Экономика бизнеса	2	3		5
3	Бизнес-модели	2	6		5
4	Риск, производительность и анализ решений	2	2		5
5	Анализ данных в бизнес-аналитике	6	2		10
Итого часов		15	15		30
Подготовка к экзамену		30 час.			
Общая трудоёмкость		90 час., 2 зач.ед.			

4.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

Семестр: 2 (Весенний)

1. Бизнес-аналитика

Методы и технологии. Модели. Анализ. Формулирование идеи проекта. Анализ проекта.

2. Экономика бизнеса

Экономические показатели проекта. Финансовые показатели проекта. Расчет показателей разрабатываемого проекта.

3. Бизнес-модели

Знакомство с различными бизнес-моделями. Кампаративный анализ бизнес-моделей. Разработка бизнес-модели проекта.

4. Риск, производительность и анализ решений

Разбор возможных бизнес-рисков. Выявление рисков разрабатываемого проекта. Определение показателей и реперных точек по улучшению. Варианты решений. Анализ решений.

5. Анализ данных в бизнес-аналитике

Применение методик big-data в бизнес-аналитике. Разбор кейсов. Применение анализа данных в рамках разрабатываемого проекта.

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

Для реализации дисциплины требуется следующее материально-техническое обеспечение: аудитория для вмещения не менее 25-ти человек. Наличие доступа в электронно-коммуникационную сеть интернет, компьютер.

6.Перечень рекомендуемой литературы

Основная литература

Основная литература предоставляется МШУ Сколково.

" - Davenport, T. Competing on analytics: the new science of winning. - Boston, Mass.: Harvard Business School Press, 2007. URL:

<<https://sklib.skolkovo.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=103>>. (дата обращения 23.07.2023).

- Lind, D. Basic statistics for business & economics. - Boston: McGraw-Hill/Irwin, 2008. URL: <<https://sklib.skolkovo.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=103>>. (дата обращения: 23.07.2023).

- Cyert, R. A behavioral theory of the firm. - Malden, Mass.; Oxford: Blackwell Business, 1992. URL: <<https://sklib.skolkovo.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=112>>. (дата обращения: 23.07.2023)."

Дополнительная литература

Дополнительная литература предоставляется МШУ Сколково.

" - Байндер Г. Бизнес по науке: чему менеджерам стоит научиться у биотехнологов. - Москва Манн, Иванов и Фербер, 2008. URL:

<<https://sklib.skolkovo.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=2368>>. (дата обращения: 23.07.2023).

- Малоун Т. Труд в новом столетии: Как новые формы бизнеса влияют на организации, стиль управления и вашу жизнь. - Москва.: Олимп-Бизнес, 2006. URL: <<https://sklib.skolkovo.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=2373>>. (дата обращения: 23.07.2023).

- Маак Т., Плесс Н. Ответственное лидерство. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008. URL: <<https://sklib.skolkovo.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=2642>>. (дата обращения: 23.07.2023)."

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

- " - Байндер Г. Бизнес по науке: чему менеджерам стоит научиться у биотехнологов. - Москва Манн, Иванов и Фербер, 2008. URL: <https://sklib.skolkovo.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=2368>>. (дата обращения: 23.07.2023).
- Малоун Т. Труд в новом столетии: Как новые формы бизнеса влияют на организации, стиль управления и вашу жизнь. - Москва.: Олимп-Бизнес, 2006. URL: <https://sklib.skolkovo.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=2373>>. (дата обращения: 23.07.2023).
- Маак Т., Плесс Н. Ответственное лидерство. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008. URL: <https://sklib.skolkovo.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=2642>>. (дата обращения: 23.07.2023)."

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

На занятиях используются мультимедийные технологии, включая демонстрацию презентаций, просмотр видеофрагментов и прослушивание аудиозаписей.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Студент должен овладеть основными понятиями, ключевыми концепциями и методологиями, составляющими основу дисциплины, и научиться применять их на практике, выполняя групповые и индивидуальные задания в аудитории, при выполнении домашней работы, на выездных мероприятиях дисциплины.

Для успешного овладения компетенциями, которые развивает дисциплина, студент должен внимательно изучать материалы курса и регулярно, посещать лекционные и семинарские занятия, участвовать в дискуссиях, выполнять групповые и индивидуальные задания, обсуждая результаты в классе и следуя рекомендациям преподавателя. Самостоятельная работа предусматривает работу с литературой.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

по направлению:	Наукоёмкие технологии и экономика инноваций
профиль подготовки:	Создание и развитие высокотехнологичного бизнеса Физтех-школа бизнеса высоких технологий Физтех-школа бизнеса высоких технологий
курс:	<u>1</u>
квалификация:	магистр

Семестр, формы промежуточной аттестации: 2 (весенний) - Экзамен

Разработчик: А.В. Щербенок, канд. филол. наук

1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2 Владеет, по крайней мере, одним иностранным языком на уровне социального и профессионального общения, способен применять специальную лексику и профессиональную терминологию языка
ОПК-1 Способен анализировать и выявлять естественнонаучную и экономическую сущность решаемых проблем на основе приобретенных знаний	ОПК-1.1 Знает и способен использовать в профессиональной деятельности фундаментальные научные и экономические знания и современные методы исследований в области наукоемких технологий и экономики инноваций
ОПК-4 Способен формулировать, формировать и применять критерии оценки эффективности результатов разработки и внедрения новой наукоемкой продукции	ОПК-4.1 Способен аргументировано выбирать эффективный способ проведения исследования и разработки проекта создания новой наукоемкой продукции, способен сформулировать критерии этого выбора
ОПК-5 Способен собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные, необходимые для профессиональной сферы деятельности	ОПК-5.1 Владеет знаниями и навыками использования информационно-коммуникационных технологий для поиска и изучения научной литературы, применения прикладных программных продуктов
ПК-7 Способен эффективно использовать организационно-управленческие знания и навыки при выполнении технологических проектов	ПК-7.1 Знает теорию и владеет методами запуска и управления технологическими проектами для эффективного достижения целей проекта в рамках утвержденных заказчиком требований, бюджета и сроков
	ПК-7.2 Владеет методами планирования, организации исполнения, контроля, анализа отклонений и коррекции исполнения технологических проектов
ПК-10 Способен применять методы планирования исследований и экспериментов при выполнении проектов и заданий в избранной предметной области	ПК-10.2 Умеет применять теоретические знания к построению программ исследований и экспериментов при выполнении конкретных проектов и заданий
	ПК-10.3 Владеет методами планирования исследований и экспериментов в избранной предметной области

2. Показатели оценивания компетенций

В результате изучения дисциплины «Бизнес-аналитика» обучающийся должен:

знать:

1. Основные аналитические подходы в сфере бизнеса.
2. Методы количественного и качественного анализа информации.
3. Финансовые и организационно-управленческие модели.
4. Основные современные подходы к пониманию проблематики предпринимательства и бизнеса.

уметь:

1. Проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами в практической деятельности организаций.
2. Моделировать бизнес-процессы.
3. Выстраивать экономические, финансовые и организационно-управленческие модели путем их адаптации к конкретным задачам управления.

владеть:

1. Методами реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций.
2. Навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений.
3. Навыком системно решать вопросы организации работы над проектом.

3. Перечень типовых (примерных) вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Контроль за самостоятельной работой студентов осуществляется преподавателем в форме выборочных опросов на лекциях и индивидуальных консультаций. Текущий контроль применяется в формах: оценки преподавателем ответов на вопросы в процессе краткого (до 5 мин) выборочного устного опроса перед началом каждого занятия по материалам предыдущей лекции и оценки умения решать рассматриваемые на лекциях типовые примеры и задачи с применением разобранных цифровых инструментов.

4. Перечень типовых (примерных) вопросов и тем для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Примеры кейсов:

Кейс 1

BatNorton – уличный бренд одежды из Санкт-Петербурга, который нацелен на молодежь в возрасте от 14 до 28 лет. BatNorton занимает слабо освоенный, но перспективный сегмент рынка одежды – Youngfashion. для того, чтобы добиться успеха в этом сегменте недостаточно просто шить интересные вещи, а необходимо активно участвовать в жизни молодежи. Компания себя позиционирует как бренд, который не намерен продавать людям стереотипы и заезженные тренды, а напротив, готов создавать одежду для парней и девушек, которые не стесняются выражать себя через нестандартные образы. Умение придавать свежий образ привычным элементам одежды – отличительный талант дизайнеров бренда. Ценовая категория: толстовки – от 2590 руб, футболки – от 1190 руб., кочевные коллекции – от 4590 руб и т. д. Компания была основана в 2009 году двумя студентами из Новосибирска. Разработав достаточно необычную коллекцию одежды, они сразу же стали популярны. Проводя рекламную кампанию только в социальных сетях (ВКонтакте, Instagram, Twitter), а продажи в интернет-магазине, они к 2011 году смогли открыть свою фабрику в Ленинградской области и магазин на Фонтанке. Благодаря открытию фабрики BatNorton смогли сократить издержки на аренде помещения и возможности некачественного пошива коллекций одежды. Развитие компании происходит бешеными темпами. В 2012 году прибыль достигла \$1 млн., при этом у них не было оптовых партнеров. За 2013-2014 год было открыто 18 магазинов по всей России. Кроме того, они развивают параллельно несколько новых проектов, связанных с одеждой street-style («Принтбургер»), а также с записью музыкальных треков. Также в 2014 году была разработана система франчайзинга, которая была ориентирована на местный рынок. Вступительный взнос составляет 1 000 000 руб, роялти отсутствует, а первая закупка составляет 1 000 000 руб. Также необходимо оплатить пошуальный сбор в размере 1 000 000 руб для городов с населением более 1 млн. человек, 500 000 руб. для остальных городов. Минимальная закупка в месяц: 300 000 руб. Размер базовой оптовой скидки составляет 550/0 и 60% при работе по системе предзаказа. Срок окупаемости: 8-12 месяцев. Площадь магазина должна составлять 50-120 кв. м., а размещение магазина должно быть исключительно в топовых торговых центрах с высокой проходимостью и присутствием мировых брендов. Но система франчайзинга так и не заработала. За год не было ни одного запроса на открытие магазина по франшизе.

Тогда компания решила начать выход на зарубежный рынок. Что касается выхода на зарубежные рынки, то у BatNorton есть множество преимуществ перед конкурентами: это и уникальность продукта, и демократичная цена, и хорошее качество как ткани, так и пошива, достаточно быстрая доставка товара и т. д. Первым экспериментальным проектом было открытие магазина в Алматы в начале 2014 года, который работает достаточно эффективно уже последние полгода. Также в планах было открытие магазина в Киеве, но из-за политической ситуации этот проект временно приостановили. У компании достаточно амбициозные планы на будущее. В 2015 году планируется открытие магазина в Чехии. Они собираются открыть свои магазины еще в пяти европейских столицах и принять участие в итальянском показе мод.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие угрозы возможны при входе на европейские рынки?

2. Как лучше выходить на зарубежные рынки компании BatNorton: через открытие собственных магазинов, или через систему франчайзинга?
3. Как адаптировать систему франчайзинга для российского рынка?
4. Является ли существующее предложение франчайзинга актуальным и конкурентоспособным на международном рынке?
5. Возможен ли дальнейший выход компании на рынки не только Европы, но и Азии, а также США и Латинской Америки?

Кейс 2

Компания «Hans» – австрийский производитель электробытового оборудования – начала свою первую международную экспансию в основном для достижения эффекта масштаба производства за счет дополнительного сбыта. Австрийский рынок был слишком мал, поэтому компания решила выводить продукцию на международные рынки. Расширить сбыт за счет экспорта не удалось, и компания решила организовать зарубежное производство. Издержки на исследования и некоторые управленческие издержки могли быть, таким образом, распределены на дополнительный объем продаж, что стало возможно благодаря зарубежным предприятиям. Также, компания сосредоточила усилия на стандартизации производства, с целью добиться дальнейшего эффекта масштаба и рационализации изготовления деталей. Изначально «Hans» специализировалась преимущественно на выпуске пылесосов и расширении посредством строительства своих собственных производственных мощностей. Позже, однако, расширение происходило в основном за счет приобретения уже существующих фирм, ассортимент которых отличался от ассортимента самой компании. Привлекательным было расширение ассортимента бытовых приборов за счет других изделий приобретаемых фирм. Полученная прибыль позволила «Hans» продолжить приобретения и вскоре были приобретены две австрийские фирмы, производящие бытовые электроприборы и стиральные машины. Руководство «Hans» решило, что сможет использовать свою существующую зарубежную торговую сеть для увеличения сбыта товаров этих фирм. Далее компания приобрела немецкую фирму, которая уже располагала большим объемом сбыта и широкой сетью предприятий, а затем фирмы, производящие пылесосы в США и Франции. Для обеспечения специально направленного сбыта пылесосов, компания купила в Австрии, Германии и США фирмы, которые оказывают услуги по уборке помещений. Также была приобретена французская компания производитель кухонного оборудования вместе со швейцарской фирмой по производству бытовых приборов и американская фирма – производитель оборудования для приготовления пищи. Все эти приобретения относились к фирмам, выпускающим дополняющий ассортимент продукции, что позволяло «Hans» получить желаемый эффект масштаба. В течение последующих лет компания сделала еще около 40 приобретений.

Однако, Ганс Шарп, президент «Hans», понимал, что далее развиваться путем приобретения фирм по производству электробытовых приборов слишком сложно. По оценкам экспертов, проводить столь же много приобретений, как раньше, компании будет очень трудно, так как рост объема ее продаж был значительно быстрее, чем прибыли. Очевидно, что компания отличалась склонностью к покупке недорогих фирм и к последующим большим расходам на их реорганизацию. Кроме того, «Hans» признала, что испытывает трудности в регулировании всех компаний и операций, ведь только в одной Европе после приобретений компаний с различным ассортиментом «Hans» имела 3 5 различных марок холодильников 115 конструкций с 1400 вариантами.

Вопросы для обсуждения:

1. Почему «Hans» выбрала именно стратегию прямых инвестиций (и именно приобретение уже существующих компаний) при выходе на иностранные рынки? В чем преимущества такой стратегии?
2. С какими проблемами столкнулась компания при расширении международной деятельности путем приобретений предприятий?
3. Какие шаги следует предпринять компании для устранения возникших проблем?
4. Каким путем компания могла бы развиваться в дальнейшем.
5. Возможно, дальнейшие приобретения могли бы быть направлены на бытовые приборы, используемые за пределами дома или на промышленные электроприборы?

Кейс 3

Subway – сеть ресторанов быстрого питания, Работающая по принципу франчайзинга. Основой продаваемой продукции являются сэндвичи и салаты. Официальное название компании Subway – Doctor's Associates, Inc. Фирма была основана в 1965 году Фредом ДеЛюкой и по состоянию на 5 марта 2015 года насчитывает 43643 ресторанов в 11 странах. В России сеть Subway начала активно развиваться в 2004 году, открыв свой первый ресторан в Санкт-Петербурге на Невском проспекте. В течение этого же года в России начали работу ещё четыре ресторана, в декабре 2008 г. сеть преодолела рубеж в 57 торговых точек, в апреле 2010 был открыт сотый ресторан Subway. В России мастер-франшизой сети Subway владеет компания SubwayRussia Service Company с головным офисом в Санкт-Петербурге. Развивается Subway только по франчайзингу. Концепция сети проста и доступна даже для начинающих рестораторов. Американский журнал Entrepreneur Magazine 11 лет подряд ставит Subway на 1-е место в рейтинге лучших франшиз. По словам Геннадия Кочеткова, вице-президента по развитию Subway Russia, открыть ресторан можно даже в жилом доме, так как в заведении не предусмотрена настоящая кухня и нет запахов. Кроме того, для Subway требуется лишь минимум оборудования, из которого самое сложное – печь для выпечки хлеба (подробнее см. план-схему), 40-50 кв. м площади для организации раздачи и подсобных помещений и еще 100-200 кв. м под зал со столиками для гостей. В России открытие ресторана Subway обойдется предпринимателю минимум в \$70-100 тыс. Правда, франчайзи еще придется заплатить 10 тыс. Doctor's Associates [пс. за обучение сотрудника в американском центре в течение двух недель (там выдается рецептура всех сэндвичей), а также за помощь в расстановке оборудования, столиков и т.п. После открытия точки франчайзи должен отчислять роялти – 8% с оборота. Однако, как утверждают опрошенные франчайзи, они не чувствуют себя сетью – каждый работает сам по себе. Нет единой ценовой политики, стоимость одного и того же сэндвича может разниться в пару десятков рублей. Франчайзи отмечают, что лишены преимуществ сетевого бизнеса. Каждая точка сама заключает договоры с поставщиками и не может рассчитывать на скидки. Более того, новому франчайзи приходится самостоятельно искать поставщиков. Нет единства у франчайзи и в продвижении брэнда. Заведения Subway в Москве сильно отличаются друг от друга. К примеру, дизайн табло с меню над прилавком в точке на Сухаревской площади и в заведении рядом с Белорусским вокзалом совершенно разный: и цветовая гамма, и шрифты. В некоторых заведениях тунец в сэндвичах имеет разный вкус, а в одном из Subway в бутерброде с тунцом попадаются кости.

Вопросы к экзамену::

1. Каким образом такая ситуация с франчайзи: может навредить уже зарекомендовавшей себя компании?
2. Какие еще примеры компаний вы знаете, которые активно используют франчайзинг?
3. Что необходимо предпринять всем участникам данной ситуации, чтобы избежать проблем?

Кейс 4

Краудсорсинг (от crowd – «толпа» и sourcing – «использование ресурсов») представляет собой процесс передачи определённых функций по созданию потребительских ценностей и других марке-тинговых функций неограниченному кругу лиц (включающему ре-альных и потенциальных потребителей) на основании публичной оферты со стороны фирмы-организатора краудсорс-проекта. Впервые термин «краудсоринг» ввел редактор и журналист Джефф Хау в 2006 году и затем обстоятельно раскрыл преимущества новой технологии в книге «Краудсорсинг: коллективный разум как инструмент развития бизнеса.

Под краудсорсингом обычно понимают использование коллективного разума по специально разработанной модели для решения актуальных корпоративных и (или) общественных задач. Модель использования краудсорсинга включает организацию, методологию и подготовленные кадры, которые настроены на решение определенных задач развития исходя из заданных условий. Краудсорсинг направлен на решение взаимосвязанных задач, как то: сбор и обработка информации, сбор и обработка конструктивных идей, сбор предложений к проектам документов, формирование пула независимых экспертов. Главный принцип краудсорсинга можно сформулировать так: у группы людей (толпы) больше знаний, чем у отдельного человека, но искусство состоит именно в том, чтобы создать условия для реализации этих знаний. Таким образом, краудсорсинг представляет не просто организацию форума, на котором участники формулируют в нерегулируемом режиме свои вопросы, замечания и предложения, и даже не традиционный механизм обратной связи, а организационно и методически упорядоченную модель взаимодействия организации с инициативными пользователями Интернета. Реализация принятой модели предполагает формирование и внедрение таких управленческих процессов, как формулирование тем обсуждения (проблематизация), определение условий обсуждения, привлечение и мотивация экспертов, отбор и фильтрация идей, документирование результатов обсуждения. В настоящее время механизмы краудсорсинга используются практически во всех областях деятельности, за исключением некоторых сфер, требующих специальных знаний и особых профессиональных навыков. Сферы применения Краудсорсинга • Разработка законов Финляндия, Новая Зеландия (при пересмотре закона о полиции населению было предложено вносить правки в wiki-версию проекта документа, 2007), Исландия (коллективное обсуждение проекта Конституции в интернете, 2012) • Городское планирование и жизнь города Филадельфия (участие жителей в городском планировании и решении городских проблем), Сан-Франциско, Майами (моб. приложения, городской твиттер) • Оценка информации, поиск идей и инноваций США: Патентное бюро США – оценка заявок на патенты для их первичного отсева Сбор идей от госслужащих по совершенствованию процессов государственного управления (2009).

Вопросы для обсуждения:

1. Приведите примеры реализации краудсорсинговых проектов российскими организациями. Для каких целей использование краудсорсинга, на Ваш взгляд наиболее перспективно.
2. Каковы риски запуска и реализации подобных проектов?

Кейс 5

Kickstarter – это американский портал для привлечения денежных средств на реализацию творческих, научных и производственных проектов по схеме краудфандинга (т.е. добровольных пожертвований). Здесь стоит сделать ремарку, что данная организация является примером подтипа краудсорсинга – краудфандинг (crowdfunding). Kickstarter финансирует разнообразные проекты, такие, как создание фильмов независимого кинематографа США, комиксов, видеоигр, музыки и т.д. Помогать воплощать стартапы в жизнь – основная миссия компании Kickstarter. Концепция такова: Тот, кто хочет получить финансирование, должен зарегистрироваться и разместить описание проекта на Kickstarter. Владелец проекта должен указать срок и минимальное количество средств, которое необходимо собрать. Если проект не собрал нужное количество средств к определённому сроку, то деньги возвращаются жертвователям. Таким образом, обычные люди скидываются на самые разные проекты, которые им нравятся – будь то тяжелая подставка для айфона из металла, танцевальный проект или игра. Последними нашумевшими новостями в области игрового стали достижения Брайана Фарго, собравшего на свою игру «Wasteland 2» \$2,933,252 и Тима Шейфера, собравшего на «Double Fine Adventure» \$3,336,371. Как утверждают сами создатели сервиса, платформа Kickstarter – это новый способ спонсирования разнообразных креативных проектов, начиная от фильмов, игр и музыки до проектов в сфере технологий, дизайна, моды и творчества. Большие и маленькие, охватывающие весь мир и локальные, требующие большого финансирования или малого, имеющие построенную сеть сотрудников или состоящие только из создателей, проекты воплощаются в жизнь с помощью Kickstarter, где сотни и тысячи профессиональных спонсоров-инвесторов или просто заинтересованных в идее людей вкладывают частичку своего «я». С момента своего запуска в 2009 году на краудфандинговой платформе Kickstarter было профинансировано более 44 000 проектов, в которые вложились более 4,4 млн. (!) человек на общую сумму более чем \$686 млн (!). Тысячи стартап проектов привлекают средства на Kickstarter ежемесячно и более нескольких сотен еженедельно.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие еще краудфандинговые платформы (зарубежные, российские) Вы знаете?
2. Опишите преимущества и недостатки краудфандинговых платформ с точки зрения всех стейкхолдеров.
3. Для каких отраслей/проектов данная бизнес-модель является наиболее перспективной по Вашему мнению?

Критерии оценивания

оценка «отлично (10)» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины при ответе экзаменационного билета и ответе на вопросы по программе дисциплины, а также по результатам контрольных работ;

оценка «отлично (9)» выставляется студенту, показавшему систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины при ответе экзаменационного билета и ответе на вопросы по программе дисциплины, а также по результатам контрольных работ;

оценка «отлично (8)» выставляется студенту, показавшему систематизированные, знания учебной программы дисциплины при ответе экзаменационного билета и ответе на вопросы по программе дисциплины, а также по результатам контрольных работ;

оценка «хорошо (7)» выставляется студенту по результатам контрольных работ, если он твердо знает материал экзаменационного билета, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности;

оценка «хорошо (6)» выставляется студенту по результатам контрольных работ, если он знает материал экзаменационного билета, по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе много неточностей;

оценка «хорошо (5)» выставляется студенту по результатам контрольных работ, если он знает материал экзаменационного билета, излагает его, умеет применять полученные знания на практике, не допускает в ответе грубых ошибок;

оценка «удовлетворительно (4)» выставляется студенту по результатам контрольных работ, а также, если во время ответа экзаменационного билета он показал фрагментарный, характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, но при этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения;

оценка «удовлетворительно (3)» выставляется студенту по результатам контрольных работ, а также, если во время ответа экзаменационного билета он показал разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации;

оценка «неудовлетворительно (2-1)» выставляется студенту по результатам контрольных работ, а также, если во время ответа экзаменационного билета, он показал что не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

При проведении экзамена обучающемуся предоставляется 30 минут на подготовку. Во время проведения экзамен обучающиеся могут пользоваться программой дисциплины, конспектами лекций и любой другой литературой.