

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Учреждение образования
«Витебский государственный технологический университет»

ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПРАВА В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

Методические указания к практическим занятиям
для студентов специальности 1-40 05 01-01
«Информационные системы и технологии в проектировании
и в производстве»

Витебск
2023

УДК 346

Составитель:

Е. С. Гончарова

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом УО «ВГТУ», протокол № 3 от 30.11.2022.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях : методические указания к практическим занятиям / сост. Е. С. Гончарова. – Витебск : УО «ВГТУ», 2023. – 48 с.

Методические указания к проведению практических занятий по дисциплине «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» содержат основные понятия по темам курса, практические задания, в том числе предназначенные для работы студентов в малых группах, которые помогают студентам сориентироваться в выборе инструментов анализа и приобрести навыки принятия решений в бизнес-ситуациях.

УДК 346

© УО «ВГТУ», 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Практическое занятие 1	5
Понятия «предпринимательство» и «бизнес». Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникативных технологий (ИКТ)	
Практическое занятие 2	8
Разработка бизнес-модели для реализации предпринимательской инициативы	
Практическое занятие 3	18
Межкультурные аспекты ведения бизнеса	
Практическое занятие 4	19
Менеджмент организации ИКТ	
Практическое занятие 5	20
Организационно-правовые формы бизнеса. Учредительные документы юридического лица	
Практическое занятие 6	22
Финансовая деятельность организации сектора ИКТ	
Практическое занятие 7	26
Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальная собственность)	
Практическое занятие 8	27
Организационно-правовое обеспечение предпринимательской и управленческой деятельности в секторе экономики ИКТ	
Практическое занятие 9	28
Организационное развитие и бизнес-планирование	
Практическое занятие 10	29
Определение экономической эффективности бизнес-проекта в ИКТ	
Практическое занятие 11	30
Маркетинг и продажи услуг и продуктов ИКТ	
Список рекомендуемой литературы	34
Приложение А. Единая тарифная сетка	35
Приложение Б. Тарифные разряды	37
Приложение В. Бухгалтерский Баланс	38
Приложение Г. Договор займа	47

ВВЕДЕНИЕ

Создание эффективно работающей экономики предполагает широкое развитие предпринимательства или бизнеса. Управление и поиск наиболее рациональных путей обеспечения ресурсами, их использования, выбор направлений развития производства, конкурентоспособность продукции, изучение рынка, общественных потребностей, организация рекламы, реализация произведенной продукции (услуг) требуют выполнения сложнейшей работы на основе разнообразных знаний и умений, ответственных решений, проявления инициативы, смелости и целеустремленности, и все вместе составляют содержание понятия «предпринимательский труд», который составляет основу бизнеса.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся практических навыков в области организации и управления бизнесом в сфере информационно-коммуникационных технологий и в области правового обеспечения бизнеса.

Задачи дисциплины – помочь студентам адаптироваться к реалиям ведения бизнеса в сфере информационно-коммуникационных технологий, получить компетенции в области организации и управления бизнесом, предпринимательской деятельности.

Практическое занятие 1

Понятия «предпринимательства» и «бизнес». Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникативных технологий (ИКТ)

Вопросы для обсуждения

1. Понятия «предпринимательство» и «бизнес».
2. Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникативных технологий (ИКТ).

Задание 1

Тест на способность добиться успеха в бизнесе.

1. Вам нужно купить подарки другу:
 - а) «расшибетесь в лепешку», но купите то, что он хочет;
 - б) постараетесь, но не будете тратить много времени;
 - в) купите то, что сможете.
2. Выполняя свои обычные обязанности, Вы:
 - а) стремитесь закончить их побыстрее;
 - б) пытаетесь делать это как можно лучше, по-особенному;
 - в) не против внести какие-либо изменения, если они не требуют дополнительного времени.
3. На работе Вы:
 - а) разумный энтузиаст;
 - б) используете всю свою энергию;
 - в) делаете все, что положено.
4. Если Вы разбили чашку в гостях, то:
 - а) не успокоитесь, пока не купите взамен набор небьющейся посуды;
 - б) если хозяева будут очень расстроены, предложите возместить ущерб;
 - в) покраснеете, будете долго извиняться.
5. В партнеры по шахматам Вы выберете:
 - а) игрока, более сильного, чем Вы;
 - б) игрока, которого можно обыграть;
 - в) меньше, чем на мастера спорта Вы не согласитесь.
6. Достигая желаемой цели, Вы:
 - а) тут же задумываетесь о следующих;
 - б) только об этом и вспоминаете;
 - в) долго наслаждаетесь своей победой, лениво размышляя о новых перспективах.
7. Вы затеяли ремонт своими силами, но не все получается:
 - а) прибегнете к помощи друзей, родственников;
 - б) с трудом, но доделаете сами;
 - в) откажетесь от первоначальных замыслов.

8. Вы долго выращивали орхидею на подоконнике, а она засохла:

- а) купите еще две и начнете все сначала;
- б) в следующий раз выберете более неприхотливое растение;
- в) откажитесь от затеи.

Баллы оцениваются по таблице 1.1

Таблица 1.1 – Шкала оценки

Вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8
а	2	0	1	2	2	2	2	2
б	1	2	2	1	0	0	1	1
в	0	1	3	0	1	1	0	0

Интерпретация результатов.

11–16 баллов. Вот уж кому везет! Ваш девиз «Через тернии к звездам». Достижения Вас опьяняют, неудачи подхлестывают. Вам есть чем гордиться. За что бы Вы не брались, Вы стремитесь сделать это хорошо. Многие Вас уважают, хотя кое-кто недолюбливает.

6–10 баллов. Ничто человеческое Вам не чуждо. Вы можете расстроиться от неудач, а можете «пришпорить коня». Сегодня Вы расслаблены и ленивы, а завтра полны энергии. Вы стремитесь к успеху, но не любой ценой – чрезмерные усилия не для Вас. Вы можете удовлетвориться и воображаемыми победами.

0–5 баллов. Добрые отношения с людьми для Вас важнее успехов, известности. Вы не стремитесь выделяться, чувство защищенности и покоя для Вас значат гораздо больше. Может, Вы напрасно считаете Ваши неудачи неизбежными? Чуть больше уверенности в себе Вам не повредит.

Задание 2

Ответьте на вопросы.

1. В чем разница между бизнесом и предпринимательством?
2. Что такое предпринимательский доход? Как он формируется?
3. Обоснуйте экономическую сущность предпринимательской деятельности.
4. Кто является субъектом и что выступает объектами предпринимательской деятельности?
5. Охарактеризуйте предпринимательскую среду.
6. Как выражается государственная поддержка предпринимательства?
7. Какие существуют формы предпринимательства?

Задание 3

Составьте схему типологии предприятий, исходя из следующих критериев: по размерам, выполняемым функциям, структуре.

Задание 4

Ситуация для анализа.

1. По договору аренды было передано помещение для размещения офиса IT-компании. Арендатор сделал капитальный ремонт помещения, поменял окна, оборудовал систему кондиционирования помещения. Руководство арендодателя не препятствовало ремонту: рабочие с согласия администрации арендодателя допускались в здание для осуществления ремонта, все необходимое оборудование для ремонта на ночь размещалось в подсобных помещениях арендодателя.

После окончания срока действия договора арендатор просил арендодателя возместить стоимость произведенных улучшений. Арендодатель отказался от оплаты.

Дайте оценку ситуации.

2. Лосев заключил с Комаровым и Рыжковым договор, по которому последние за вознаграждение обязались создать сайт предприятия: Комаров – разработать дизайн, а Рыжков – разработать программное обеспечение. Комаров дизайн разработал. Рыжков приступил к разработке программного обеспечения, затем бросил работу и больше не появлялся.

Лосев отказался уплатить Комарову за разработку дизайна сайта вознаграждение до тех пор, пока он не разработает также и программное обеспечение. Лосев мотивировал это тем, что на выполнение работ с обоими работниками был заключён один договор.

Поэтому, если Рыжков свою часть договора не исполнил, сделать это за него должен Комаров. Последний возразил, что по договору он обязался только разработать дизайн сайта, и поскольку свою обязанность он выполнил, Лосев должен уплатить ему деньги.

Обосновано ли требование Лосева к Комарову и Комарова к Лосеву?

3. Сотрудник IT-компании, 20-летний Воронцов, пристрастился к спиртным напиткам, тратил всю зарплату на их приобретение. Родители Воронцова, стараясь спасти сына от воздействия алкоголя, обратились в суд с просьбой об ограничении его дееспособности. Отец просил суд назначить его попечителем. Сын возражал против ограничения его в дееспособности, поскольку он считал, что не ставит семью в тяжелое материальное положение. Отец и мать работают, получают большую зарплату, кроме того, отец часто публикует книги и статьи, за что получает солидные суммы авторских гонораров.

При наличии каких условий возможно ограничение дееспособности лиц, злоупотребляющих спиртными напитками, наркотическими средствами или психотропными веществами? Подлежит ли удовлетворению просьба родителей Воронцова?

4. Весной текущего года продавец компьютерного оборудования А. продал техническому колледжу 120 компьютеров. Покупатель произвел приемку товара. 30 компьютеров были вывезены на склад колледжа, а 90 оставлено на крытой площадке во дворе продавца. В последующие дни пошли дожди, наступило резкое похолодание и заморозки, в результате чего все оставшееся во дворе оборудование оказалось испорченным.

Колледж предъявил к А. требование заменить 90 испорченных компьютеров или возратить предварительную оплату. Продавец отказал в удовлетворении предъявленных требований. Тогда колледж обратился в суд.

Охарактеризуйте нормы, регулирующие момент возникновения права собственности у приобретателя имущества по договору. Какое решение должен вынести суд?

Практическое занятие 2

Разработка бизнес-модели для реализации предпринимательской инициативы

Вопросы для обсуждения

1. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве.
2. Социальная ответственность бизнеса.

Задание 1

Основные понятия для выполнения задания.

Бизнес-модель – это способ организации бизнеса. Бизнес-модель служит для описания основных принципов создания, развития и успешной работы организации. Подходы к пониманию бизнес-модели:

1. Подход с позиции ориентации на ценность/клиента. Бизнес-модель (табл. 1.3) описывает ценность, которую компания предлагает различным клиентам, а также то, как компания выбирает потребителя, формулирует и разграничивает свои предложения, распределяет ресурсы, определяет, какие задачи она сможет выполнить своими силами, а для каких придется привлекать специалистов со стороны, выходит на рынок, создает ценность для потребителя и получает от этого прибыль.

2. Бизнес-модель может быть, как типовой для данного вида деятельности, так и инновационной. Разработка бизнес-модели опирается на анализ тенденций и сценариев развития того вида деятельности, который намерен осуществлять создаваемый бизнес.

3. Подход с позиции ориентации на внутренние бизнес-процессы/роли. Бизнес-модель – это взгляд на компанию, как на совокупность взаимосвязанных бизнес-процессов, которые используются для ведения бизнеса в компании, определяют ее организационную структуру и способствуют достижению ключевых факторов успеха бизнеса.

4. В этом случае бизнес-модель – это описание компании, как сложной системы, в рамках которой отображаются все объекты, процессы, правила выполнения операций, а также критерии оценки эффективности функционирования системы.

На рисунке 1.1 приведена структура бизнес-модели бизнеса.

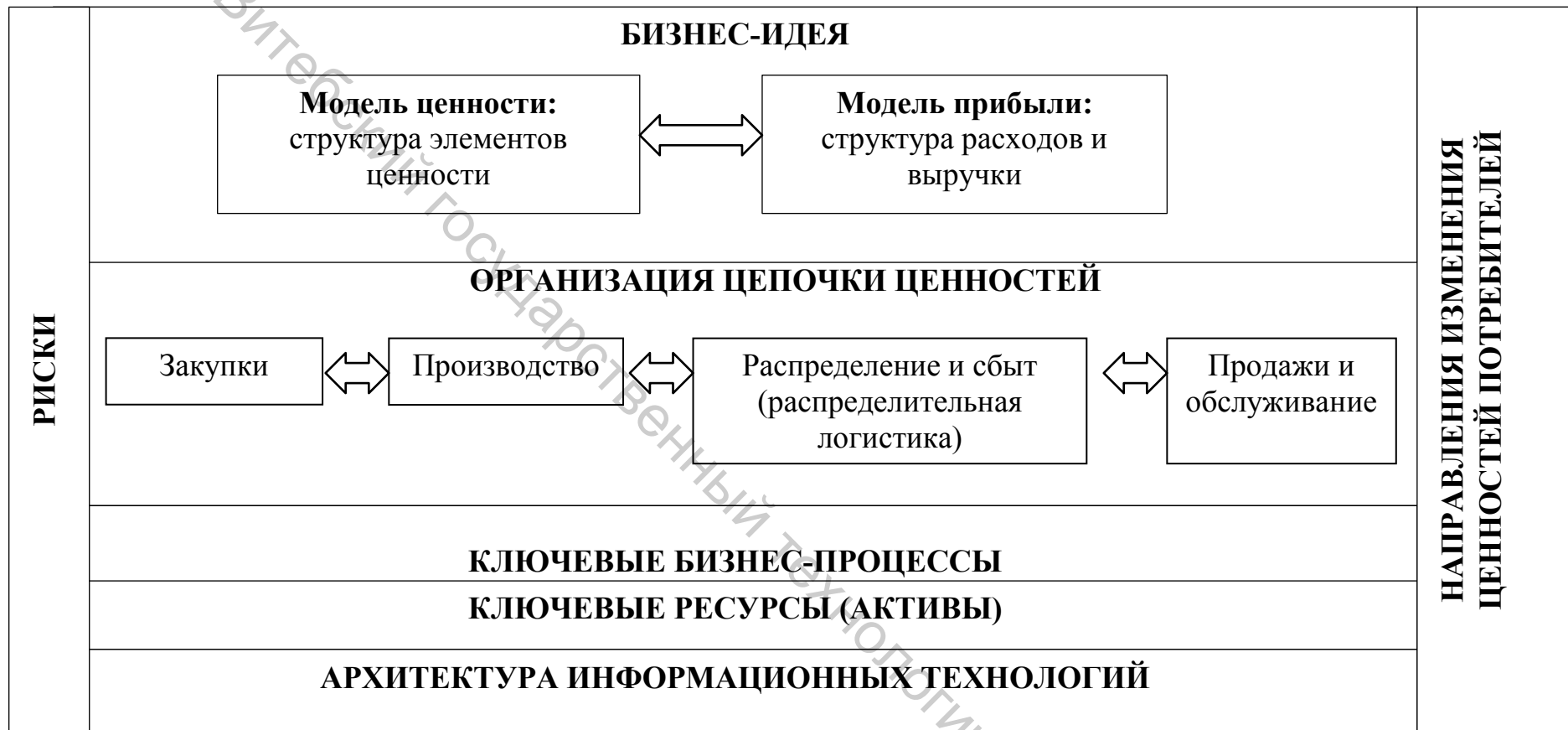


Рисунок 1.1 – Структура бизнес-модели бизнеса

Таблица 1.3 – Макет бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пинье

<p>2. Ключевые партнеры – вероятные поставщики и партнёры, без которых бизнес-модель не может существовать. Чтобы определиться с данным элементом бизнес-модели, необходимо ответить на следующие вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Кто ваши ключевые партнеры? – Кто ваши основные поставщики? – Какие ключевые ресурсы вы приобретаете у партнеров? – Какими ключевыми направлениями деятельности занимаются ваши партнеры? <p>Можно выделить четыре основных типа партнерских отношений:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сотрудничество с неконкурирующими компаниями; – стратегическое партнёрство с компанией-конкурентом; – совместное предприятие для запуска новых бизнес-проектов 	<p>4. Ключевые активности (направления деятельности) – действия, которые необходимы для реализации бизнес-модели, без которых работа компании невозможна. Основными вопросами являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Какие действия требуются для раскрытия ценности предложения? – Каковы ваши каналы продаж? – Каковы ваши взаимоотношения с клиентами? <ul style="list-style-type: none"> – Откуда должны прийти доходы? <p>Основными видами деятельности являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – производство; – разрешение проблем (консалтинг); 	<p>3. Ценностное предложение (предлагаемые преимущества) – преимущества вашего продукта (услуги) перед конкурентами, которые важны с точки зрения последующего позиционирования продукта (услуги). Основные вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Какую ценность вы предлагаете клиенту? – Какую из проблем клиента вы помогаете решить? – Какие пакеты продуктов и услуг вы предлагаете каждому сегменту потребителей? – Какие потребности клиентов вы удовлетворяете? 	<p>9. Взаимоотношения с клиентами – типы отношений, которые компания устанавливает с отдельными сегментами покупателей. Необходимо отразить степень соответствия предлагаемого продукта или услуги ожиданиям клиентов. Если качество не соответствует ожиданиям клиентов, то помимо работы над его повышением, можно корректировать ценовую политику или позиционирование. Из типов отношений можно выделить следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> – самообслуживание; – автоматизированное обслуживание; – совместное создание ценности; – персональная поддержка; 	<p>1. Потребительские сегменты (клиенты). Основные вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Для кого мы делаем продукт значимым? – Кто наш главный потребитель? <p>Необходимо четко определить, для кого разрабатывается / продается продукт. Однако существуют такие типы проектов, целевую аудиторию которых нельзя понять сразу, а в некоторых случаях делать это даже опасно, так как могут возникнуть рамки, ограничивающие развитие проекта. Сегментация клиентов работает в большей степени на развитых рынках, нежели на новых</p>
--	---	--	--	--

Продолжение таблицы 1.3

1	2	3	4	5
<p>Отношения типа «поставщики-производитель».</p> <p>Основные цели организации партнерских отношений:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оптимизация производства; – снижение риска и неопределенности; – поставка ресурсов и совместная деятельность 	<p>– формирование сети / платформы</p> <p>8. Ключевые ресурсы – наиболее важные активы, необходимые для функционирования бизнес-модели.</p> <p>Основные вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Каких ключевых ресурсов требует ваше предложение ценности? – Каковы ваши источники дохода? – Каковы ваши каналы коммуникации с клиентами? <p>Основные виды ресурсов:</p> <ul style="list-style-type: none"> – материальные ресурсы; – интеллектуальные ресурсы; – персонал; – финансы. <p>Ресурсы, которые помогают продвигать продукт: бренд, технология и т. д.</p>	<p>Зачастую, удовлетворяя одну потребность клиента, вы можете решить сразу несколько его проблем:</p> <ul style="list-style-type: none"> – доступность, ранее недоступных вещей; – индивидуальность (изготовление на заказ); – снижение расходов; – производительность; – новизна; – дизайн; – статус; – цена; – удобство; – улучшение условий 	<ul style="list-style-type: none"> – VIP-персональная поддержка; – сообщества <p>Основными вопросами для данного блока будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Какие отношения нужно выстроить с каждым сегментом покупателей (или каковы ожидания покупателей) так, чтобы поддерживать их? – Насколько они дорогостоящие? <p>Какие взаимоотношения выстраивают конкуренты?</p> <p>5. Каналы сбыта. Основные вопросы:</p> <p>Как собираетесь доставлять товар (где и как оказывать услугу) потребителю?</p> <ul style="list-style-type: none"> – Как конкуренты делают это сейчас? – Какие из используемых ими каналов работают лучше всего? – Какие требуют наименьших затрат? – Как вы планируете донести до потребителя свое предложение ценности? – Как собираетесь устанавливать обратную связь с клиентами. <p>Можно использовать следующие каналы сбыта:</p> <ul style="list-style-type: none"> – создать собственную сеть продаж; – продавать через посредников; – использовать возможности местных продавцов (распространителей) и т. д. 	

Окончание таблицы 1.3

1	2	3	4	5
	<p>7. Структура расходов – описываются расходы, связанные с функционированием бизнес-модели.</p> <p>Основные вопросы к данному блоку:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Какие основные затраты свойственны вашей бизнес-модели? – Какие ключевые ресурсы являются самыми дорогими? – Какие основные активности (направления деятельности) являются самыми дорогими? – Возможны ли альтернативные варианты затрат? 	<p>6. Потоки доходов. В бизнес-модели могут существовать два потока поступления доходов: доход от разовых сделок; регулярный доход от периодических платежей.</p> <p>Основные вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Каков вклад дохода от каждого отдельного направления деятельности в общую структуру доходов? – За какую ценность ваши клиенты действительно готовы платить? – За что они уже платят конкурентам? – Как они платят в настоящее время? – Как они предпочитают платить? 		

Пример бизнес-модели Google

Основной принцип деятельности Google – собирать данные, которые можно конвертировать в прибыль. Компания зарабатывает основную часть выручки, собирая информацию о людях, сводя ее воедино, храня и индексируя ее, создавая профили пользователей, чтобы предсказывать их интересы и поведение. Значительную часть дохода обеспечивают партнерские сайты.

Сердце бизнес-модели Google – ценностное предложение для рекламодателей: целевая текстовая реклама в Интернете, доступная пользователям всего мира.

С помощью *AdWords* рекламодатели могут размещать рекламу и ссылки на поисковых страницах Google (а также в других партнерских сетях). При использовании поиска Google реклама показывается на каждой странице параллельно с результатами поиска. Google гарантирует, что на страницах будет только та реклама, которая имеет отношение к поисковому запросу.

Рекламодатели не покупают рекламное место непосредственно у Google. Они делают ставки на соответствующие ключевые слова, связанные либо с условиями поиска, либо с содержимым партнерских веб-сайтов. Ставки делаются через аукционный сервис *AdWords*: чем популярнее ключевое слово, тем большую сумму должен заплатить рекламодатель.

Доход, который приносит *AdWords*, позволяет Google постоянно улучшать свои бесплатные предложения для пользователей поисковой системы и партнеров *AdSense*.

Ценностное предложение Google для рекламодателей в большой степени зависит от числа потребителей, которые пользуются этой поисковой системой. Поэтому Google предлагает второй группе потребителей мощный поисковый аппарат и постоянно увеличивающееся число инструментов, таких как *Gmail* (электронная почта), *GoogleMaps* или *Picasa* (онлайн-фотоальбом).

Чтобы увеличить число потребителей, Google запустил сервис *AdSense*, который позволяет показывать его рекламу на сайтах, не относящихся к Google. Сервис дает возможность третьим сторонам получать часть рекламного дохода Google, демонстрируя на своих сайтах рекламу Google. *AdSense* автоматически анализирует содержимое сайта и показывает его посетителям релевантную текстовую и изобразительную рекламу.

Задачи, которые ставит перед собой компания: привлечь пользователей простотой, скоростью и релевантностью поиска, а затем удержать их с помощью новых дополнительных сервисов. Показатели деятельности Google:

- каждую минуту Google обрабатывает 2 млн поисковых запросов;
- начиная с 2010 года, Google ежемесячно приобретает в среднем по две новые компании. Интернет-гигант купил больше 170 других компаний. Десять самых дорогих из них вместе оцениваются в 24.5 млрд долларов;
- в 2014 году около 90 % прибыли компании обеспечила реклама.

Задание 2

Выделите ключевые факторы успеха компании SkypeTechnologies по сравнению с традиционными операторами мобильными связи, используя описание бизнес-модели компании, приведенное на (рис. 1.2) Впишите преимущества компании SkypeTechnologies по сравнению с конкурентами, используя макет бизнес-модели (табл. 1.3).

КП Платные провайдеры Партнеры по распространению Телекоммуникационные компании-партнеры	КД Разработка ПО КР Разработчики ПО Программное обеспечение	ЦП Бесплатные звонки и видеосвязь через Интернет Дешевые звонки на телефоны (Skypeout)	ВК Индивидуальные настройки КС Skype.com Партнерские отношения с производителями устройств	ПС Пользователи интернета Пользователи, желающие звонить на телефоны
СИ Разработка ПО Удовлетворение жалоб и предложений		ПД Skypeout – предварительная оплата или подписка Продажа оборудования		

Рисунок 1.2 – Бизнес-модель компании SkypeTechnologies*

*Источник: [8].

Skype – компания, предоставляющая услуги голосовой связи и действующая по принципу компании – производителя ПО. Skype разработала программное обеспечение с тем же наименованием, которое, будучи установленным на компьютер или смартфон, позволяет устанавливать связь одного устройства с другим без всякой платы. Это стало возможным, поскольку структура издержек у Skype совершенно иная, чем у телефонных сетей. Компания использует пиринговую технологию, которая рассматривает устройство пользователя и Интернет как коммуникационную инфраструктуру. Поэтому Skype не нужно иметь собственную сеть, а на поддержку новых пользователей тратится совсем немного средств. Skype практически не

нуждается в собственной инфраструктуре, за исключением программного обеспечения и сервера для регистрации пользователей. Пользователи платят только за звонки на стационарные и мобильные телефоны, используя сервис Skype Out, причем расценки очень невысоки. Фактически плата, взимаемая с абонентов, лишь немного превышает суммы, которые компания платит поставщикам связи, таким как iBasis и Level 3, через которые идет ее трафик. Фактически Skype Technologies использует модель бизнеса типичную для подрывных бизнес-моделей, что серьезно повлияло на традиционный телекоммуникационный бизнес, и сегодня, согласно заключению Telegeography, компании, занимающейся исследованиями в области телекоммуникаций, Skype стала крупнейшим мировым провайдером международной голосовой связи. Более 90 % пользователей Skype пользуются бесплатным сервисом. Платные звонки через Skype Out составляют менее 10 % общего числа звонков.

Задание 3

Используя макет бизнес-модели (табл. 1.3), проанализируйте бизнес-модели известных компаний с целью определения их ключевых факторов успеха.

1. Модель бизнеса Microsoft

Microsoft – одна из самых преуспевающих компаний в мире, чье процветание обеспечивается, в частности, лидирующим положением на рынке операционных систем для персональных компьютеров: компания последовательно предложила DOS, Windows 95, Windows 98, Windows 2000, Windows XP, Windows Vista, Windows 7, Windows 8. Бизнес-модель Microsoft содержит следующие элементы:

- разработка собственных кодов силами высококвалифицированных штатных программистов, получающих высокую зарплату и льготные условия покупки акций за сохранение коммерческой тайны; недоступность исходных кодов для пользователей;

- продажа копий операционной системы производителям ПК и пользователям по относительно невысокой цене. Поскольку большая часть издержек носит фиксированный характер (связана с разработкой программы), каждая продажа приносит существенную прибыль, учитывая, что переменные издержки на запись и упаковку компакт-дисков составляют всего несколько долларов на копию;

- предоставление пользователям бесплатной технической поддержки.

2. Модель бизнеса RedhatLinux

Redhat Linux – компания, созданная для продвижения операционной системы Linux, как альтернативы Microsoft Windows. Redhat Linux придерживается абсолютно иной стратегии:

– предоставление операционной системы Linux бесплатно всем желающим путем загрузки из Internet. Redhat Linux распространяет свою операционную систему бесплатно, потому что система создавалась и совершенствуется программистами из разных стран мира на добровольных началах. Это идейная борьба за бесплатное ПО и свободную конкуренцию. Redhat Linux, в отличие от Microsoft, ни копейки не вкладывает в разработку программного продукта. Открытое распространение исходных кодов, свободный доступ к ним всех пользователей с правом, свободный доступ к ним всех пользователей с правом внесения в коды любых изменений и создания таким образом персонализированных версий Linux;

– содержание штатных сотрудников для оказания пользователям технической поддержки на платной основе. Операционная система Linux достаточно сложна, несовершенна и не слишком понятна. Поэтому корпоративным пользователям Linux требуется серьезная помощь. Идею Redhat Linux можно сформулировать примерно так: получение прибыли за счет технической поддержки, а не от распространения исходных кодов.

3. Бизнес-модель компании ИКЕА (производство и реализация мебели)

Считается, что в квартире каждой западноевропейской семьи есть хотя бы одна вещь с логотипом ИКЕА (табл. 1.4). Это совсем не обязательно мебель. Какой-нибудь аксессуар, игрушка, белье – что-нибудь от ИКЕА. В свое время распространение ИКЕА по Европе называли эпидемией. С открытия первых магазинов в России эпидемия ИКЕА захватила и нашу страну. ИКЕА любят за демократичную оригинальность (находки компании в области дизайна признаются выдающимися всеми дизайнерскими школами мира) и презируют за массовость, всеобщность. ИКЕА начиналась с продаж кофейных столиков, а сейчас это крупнейшая мебельная компания мира.

Жесткие принципы экономии действуют и в самой корпорации. В ИКЕА поддерживают цены благодаря четко выстроенной стратегии. Свою мебель шведская компания заказывает только там, где ее производят дешево. 10 % своего десятитысячного ассортимента компания производит сама, остальное покупает. Причем покупает буквально по частям: столешницы – в одной стране, ножки для стола – в другой. Делается это для того, чтобы снизить себестоимость. Предельная экономия везде и во всем является генеральной стратегической линией компании с первых дней и в течение всего времени ее существования.

Экономия начинается с разработки моделей будущей фирменной продукции, которую дизайнеры ИКЕА ведут в непосредственном контакте с производителями – во избежание многократных корректировок. Она продолжается по ходу поиска снабженцами наиболее подходящих по соотношению стоимости и качества вариантов сырья и материалов, их оптовой закупки для всей планируемой к выпуску партии, включает все процессы

изготовления изделий – почти всегда серийные и поточные, с максимальной оптимизацией и автоматизацией технологических операций.

Наконец, она завершается уже в магазинах ИКЕА, где повсеместно распространена практика «складов самообслуживания», из которых покупатели самостоятельно забирают разобранную и упакованную в плоские коробки мебель.

Таблица 1.4 – Описание бизнес-процессов ИКЕА

Стадии бизнес-системы	Действия ИКЕА	Пояснения
Разработка	Простой качественный скандинавский дизайн	
Снабжение (поставки)	<ul style="list-style-type: none"> – поставщики по всему миру; – недорогие комплектующие; – рациональная система складирования и логистики; 	Поставщики получают выход на глобальный рынок + техническую помощь + оборудование в аренду
Производство	<ul style="list-style-type: none"> – 14 складов ИКЕА – пункты логистического контроля, консолидирующие и транспортные центры; – производство – на аутсорсинге 	Проактивная роль – интеграция спроса и предложения, снижение длительности хранения, издержек
Сбыт	<ul style="list-style-type: none"> – огромные магазины + кафе + услуги; – самообслуживание (выбор без продавца): каталог, рулетка, бумага и ручка; – понятные этикетки и инструкции (где заказать, получить) 	Частичное решение проблемы сокращения сбытового персонала
Маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> – не просто магазин, а место времяпровождения и отдыха; – мерчендайзинг – примеры обстановки жилья; – каталоги – более 45 млн штук на 10 языках; – электронная система анализа продаж 	Цель – стимулировать потребителей легко делать вещи, которые они раньше не делали
Потребление	Разделение труда с потребителями. На потребителей перекладывается сборка мебели, ее доставка, возможно – покраска	Итог для потребителей: участвуют в создании стоимости; получают часть экономии – цены ниже

Задание 4. Разработать модель бизнеса по предоставлению услуг по копированию и тиражированию документов (копицентра).

Практическое занятие 3

Межкультурные аспекты ведения бизнеса

Вопросы для обсуждения

1. Информационная культура: понятие, сущность.
2. Этические нормы информационной деятельности человека.
3. Правовая охрана программ и данных.
4. Конфиденциальность и защита информации.

Задание 1

В таблице 1.5 приведены основные группы факторов международной среды, влияющие на организационное поведение и организационную культуру компаний. Приведите примеры конкретных факторов в каждой группе и определите, какое влияние они оказывают (на что влияют и каким образом).

Таблица 1.5 – Факторы международной среды и их влияние на организационное поведение и организационную культуру компаний

Группа факторов	Конкретный фактор	Влияние на организационное поведение и организационную культуру компании
Социальные	1	
	2	
	3	
Этические	1	
	2	
	3	
Юридические	1	
	2	
	3	
Политические	1	
	2	
	3	
Экономические	1	
	2	
	3	
Национальные	1	
	2	
	3	

Задание выполняется группой из 5–7 человек. Рекомендуется использовать теоретические материалы, дополняя их практическими примерами деятельности отечественных и зарубежных компаний, работающих на международных рынках.

Практическое занятие 4 Менеджмент организации ИКТ

Вопросы для обсуждения

1. Сущность менеджмента организации.
2. Понятие миссии и цели организации, их роль в менеджменте. Классификация целей, общие требования к процессу целеполагания в менеджменте.
3. Функции менеджмента: понятие, место в системе категорий менеджмента, классификация. Общие и специальные функции менеджмента и их взаимосвязь.
4. Планирование как функция менеджмента.
5. Организация как функция менеджмента. Мотивация как функция менеджмента.
6. Контроль как функция менеджмента.
7. Принципы менеджмента: понятие, классификация и их формирование.
8. Понятие методов управления.
9. Организационно-административные методы менеджмента.
10. Экономические методы менеджмента.
11. Социально-психологические методы менеджмента.

Задание 1

1. Изучив основные концепции менеджмента, дайте им характеристику, заполните таблицу 1.6.

Таблица 1.6 – Характеристика основных концепций управления

Концепция	Управление по принципу исключения (management by exception)	Управление по принципу делегирования (management by delegation)	Управление посредством согласования целей (management by objectives)	Системное управление (management by system)
Сущность				
Необходимые условия применения				
Основные достоинства				
Основные недостатки				
Область применения				

Задание 2

Ситуация для анализа.

Начальник отдела компании «Гугл» критикует своего подчиненного по чисто производственным вопросам. Тот воспринял критику как личную обиду, усмотрев в действиях начальника намерение дискредитировать его.

Определите причину данного конфликта. Наметьте пути преодоления сложившейся конфликтной ситуации. Подумайте над тем, как надо было критиковать подчиненного, чтобы не вызвать у него негативной реакции.

Практическое занятие 5

Организационно-правовые формы бизнеса. Учредительные документы юридического лица

Вопросы для обсуждения

1. Понятие, признаки и виды юридических лиц.
2. Организационно-правовые формы коммерческих организаций.
3. Хозяйственные товарищества как субъекты хозяйственной деятельности.
4. Хозяйственные общества.
5. Производственные кооперативы.
6. Унитарные предприятия.
7. Крестьянские (фермерские) хозяйства.
8. Структурные подразделения организаций.
9. Дочерние организации.
10. Объединения юридических лиц.
11. Правовое положение индивидуальных предпринимателей.
12. Порядок создания и государственной регистрации субъектов хозяйствования.
13. Прекращение деятельности субъектов хозяйствования.
14. Реорганизация и ликвидация.

Задание 1

1. Граждане Кораблев и Петров приняли решение 27 декабря 2019 г. ликвидировать предприятие, занимавшееся разработкой игр, учредителями которого они являлись. Однако их ООО «С» было исключено из Единого регистра только 1 марта 2020 г.

1 февраля 2020 г. банк предъявил требование к ООО «С» о выплате процентов по ранее выданному кредиту. Кораблев и Петров возражали против искового требования на том основании, что их предприятия больше не существует.

Оцените доводы Кораблева и Петрова.

Изменится ли ответ, если банк предъявил требование 28 февраля 2020

г.?

2. Юридическое лицо ликвидируется по решению его учредителей.

Ликвидационная комиссия поместила в газете «Рэспубліка» информацию о ликвидации юридического лица, порядке и сроках заявления требований его кредиторами. По окончании двух месяцев ликвидационная комиссия составила промежуточный ликвидационный баланс, который содержал сведения о составе имущества ликвидируемого юридического лица и перечень предъявляемых кредиторами требований.

Ликвидационная комиссия выявила кредиторов. Оказалось, что ликвидируемое юридическое лицо имеет задолженность: по обязательным платежам в бюджет; по выплате выходных пособий; по оплате труда работающих по трудовому договору; по обязательствам, обеспеченным залогом имущества ликвидируемого юридического лица; по оплате товара по договору поставки; по арендной плате.

Установите очередность удовлетворения требований кредиторов.

3. Унитарное предприятие обратилось в экономический суд с иском о взыскании 100 млн руб. штрафа с ООО «А» за задержку устранения недостатков комплекса мультимедийного оборудования, выявленных в период гарантийного срока их эксплуатации. Договор на поставку этого оборудования был заключен истцом с ЗАО «Б».

Позже создается ООО «А», которому в соответствии с приказом по Министерству промышленности и было передано ЗАО «Б», выполняющее работы по разработке комплекса мультимедийного оборудования для унитарного предприятия. ООО «А», ответчик по делу, иска не признал, ссылаясь на то, что оно создано после окончания строительства, что ответчик договора не заключал и строительства не производил.

Какое решение должен вынести экономический суд?

4. Унитарное государственное предприятие купило у иностранной фирмы несколько уникальных 3D-принтеров для использования в процессе реконструкции предприятия. Оно оплатило только 50 % стоимости 3D-принтеров и имеет дебиторскую задолженность. Представитель иностранной фирмы спрашивает, можно ли изыскать в судебном порядке оставшуюся стоимость принтеров с Министерства, в состав которого входит унитарное предприятие, или с Правительства Республики Беларусь?

Дайте ему ответ.

Изменится ли ответ, если бы принтеры приобрело казенное предприятие?

Изменится ли решение, если бы принтеры купило торговое представительство Министерства иностранных дел?

5. Перечислите необходимые документы и порядок регистрации:

- индивидуальных предпринимателей;
- юридических лиц.

Практическое занятие 6

Финансовая деятельность организации сектора ИКТ

Вопросы для обсуждения

1. Сущность финансовых ресурсов организаций.
2. Источники формирования финансовых ресурсов при создании коммерческой организации и источники финансовых ресурсов в процессе функционирования коммерческой организации.
3. Виды финансовых ресурсов организации.
4. Направления использования финансовых ресурсов в условиях рынка.
5. Особенности управления финансовыми ресурсами коммерческой организации.
6. Понятие капитала организации, состав и структура капитала.
7. Основной и оборотный капитал, собственный и заемный капитал.
8. Роль собственного капитала в функционировании и развитии организации.

Задание 1

1. Привлечение кредитов под прибыльные проекты способны принести предприятию высокий доход. Еще одним эффективным методом обновления материально-технической базы предприятия является лизинг, который не требует полной единовременной оплаты арендуемого имущества и служит одним из видов инвестирования. Использование ускоренной амортизации по лизинговым операциям позволяет оперативно обновлять оборудование и вести техническое перевооружение производства.

Предприятию необходимо приобрести специальное технологическое оборудование для производства 3D-принтеров. Стоимость оборудования составляет C_0 млн руб., в т. ч. НДС ($C_0 \times 20\% / 120\%$), годовая норма амортизационных отчислений – a . Собственных средств предприятие для приобретения оборудования имеет C_c млн руб.

Для покупки оборудования предприятие может получить кредит в размере недостающей суммы в банке сроком на k месяцев под $r\%$ годовых с ежемесячным погашением долга равными долями.

В качестве альтернативы возможно заключение договора финансового лизинга с лизинговой фирмой. Срок действия договора также составляет t месяцев. Общая сумма лизинговых платежей равна C_l млн руб., в т. ч. НДС ($C_l \times 20\% / 120\%$), из этой суммы авансовый взнос в счет первого лизингового платежа, подлежащий уплате, равен C_c млн руб., в т. ч. НДС ($C_c \times 20\% / 120\%$).

Остальные лизинговые платежи уплачиваются равными долями ежемесячно в последнее число месяца. По условиям договора предмет лизинга учитывается на балансе лизингополучателя, коэффициент ускорения при начислении амортизации равен трем.

Необходимо сравнить два варианта финансирования: приобретение основных средств с помощью лизинга и покупка оборудования в кредит.

Исходные данные для расчетов выбрать из таблицы согласно варианту.

Таблица 1.7 – Исходные данные для сравнения кредита и лизинга

Вариант	Стоимость оборудования C_0 , млн руб.	Собственные средства предприятия (аванс) с НДС C_c , млн руб.	Норма амортизации a	Срок договора K , мес.	Сумма лизинговых платежей с НДС C_l , млн руб.	Процент по кредиту r
1	500	200	0.20	18	630	10
2	420	120	0.15	24	570	11
3	600	340	0.10	12	800	12
4	410	215	0.10	10	580	13
5	700	200	0.15	12	910	14
6	900	400	0.25	18	1000	15
7	800	150	0.25	16	950	16
8	700	280	0.20	14	820	17
9	900	360	0.10	20	980	18
10	400	220	0.10	22	520	19
11	560	320	0.20	24	700	20
12	410	130	0.25	20	490	19
13	380	180	0.20	18	500	18
14	750	350	0.15	12	880	17
15	540	200	0.15	14	720	16
16	490	280	0.15	10	560	15
17	320	120	0.10	6	490	14
18	150	50	0.05	8	250	13
19	420	170	0.10	12	600	12
20	450	150	0.25	10	650	11
21	820	450	0.20	14	980	10
22	760	360	0.25	10	890	11
23	890	500	0.20	24	1020	12

Ход решения

Первый этап. На этом этапе расчета осуществляется оценка стоимости платежей, связанных с покупкой имущества за счет кредита на начальный момент времени по формуле

$$PVK = C_c - НДС + PV(K) - PV(TPa), \quad (1.1)$$

где C_c – имеющиеся у организации средства на покупку имущества на начальный момент времени с НДС; $НДС$ – общая сумма налога на добавленную стоимость, уплачиваемого продавцу имущества по условиям договора купли-продажи;

$$\text{НДС} = (C_0 \times C_c \cdot 20 / 120), \quad (1.2)$$

где C_0 – стоимость оборудования; $PV(K)$ – стоимость платежей по кредиту, включая проценты и выплаты по основному долгу на начальную дату; $PV(TPa)$ – рассчитанная на начальный момент времени величина уменьшения налога на прибыль за счет амортизации имущества в течение срока его амортизации.

Данная модель предусматривает уплату процентов за кредит за счет собственных средств предприятия.

Размер ежемесячного платежа по кредиту можно рассчитать по следующей формуле:

$$K = Km((1 + r / 12)^{(k-1)}) / (r / 12(1 + r / 12)^k), \quad (1.3)$$

где K – общая сумма кредита; Km – ежемесячный платеж по кредиту, включающий часть основного долга и проценты; r – годовая ставка процента за кредит; k – количество платежей по кредиту, равное количеству месяцев срока действия договора.

Необходимая сумма кредита K составляет разность между покупной стоимостью имущества с НДС C_0 и суммой средств, имеющихся у хозяйствующего субъекта на покупку имущества на начальный момент времени с НДС C_c . По формуле (1.3) необходимо определить ежемесячный платеж по кредиту Km .

Процесс приведения величин будущих платежей к определенному начальному моменту времени включает в себя следующие операции:

- корректировку величины платежа на прогнозируемые темпы инфляции на период реализации инвестиционного проекта (операция дисконтирования);
- количественную оценку возможных рисков увеличения размеров платежей, связанных с различными факторами.

В данном случае для упрощения расчетов следует ограничиться операцией дисконтирования. В качестве дисконтной ставки используется среднемесячный темп прироста инфляции I , равный 0,007.

Дисконтированная величина платежей по кредиту $PV(K)$ определяется по следующей формуле:

$$PV(K) = Km((1 + I)^k - 1) / (I(1 + I)^k), \quad (1.4)$$

Дисконтированная величина уменьшения налога на прибыль за счет амортизации приобретаемого имущества в течение срока его амортизации рассчитывается по формуле

$$PV(TPa) = F \frac{a}{h} \times 0,18 \times \frac{(1+I)-1}{I(1+I)}, \quad (1.5)$$

где F – покупная стоимость имущества без НДС, $F = C_0 - \text{НДС}$; a – годовая норма амортизации имущества; h – срок, в течение которого амортизируется оборудование, принимается равным 12 месяцам; 0,18 – ставка налога на прибыль.

Второй этап. На данном этапе расчетов рекомендуется осуществлять расчет стоимости платежей, связанных с приобретением имущества по договору финансового лизинга, на начальный момент времени по следующей формуле:

$$PVL = Cc' + PV(L) - PV(TPa), \quad (1.6)$$

где Cc' – аванс в счет будущих лизинговых платежей без НДС.

Рассчитаем по формуле

$$Cc' = Cc - (Cc - 20 / 120), \quad (1.7)$$

$PV(L)$ – текущая стоимость лизинговых платежей без НДС, подлежащих уплате по договору финансового лизинга; $PV(TPa)$ – величина уменьшения налога на прибыль за счет амортизации имущества в течение срока его амортизации на начальную дату.

Расчет текущей величины лизинговых платежей рекомендуется осуществлять с использованием следующей формулы:

$$PV(L) = ((Cл - Cc)(1+I)^k - 1) / (24 \times I(1+I)^k), \quad (1.8)$$

где $Cл$ – общая сумма лизинговых платежей с НДС по договору финансового лизинга; Cc – сумма аванса с НДС; k – количество ежемесячных лизинговых платежей.

Дисконтированная величина уменьшения налога на прибыль за счет амортизации приобретаемого имущества в течение срока его амортизации может быть определена следующим образом:

$$PV(TPa) = Cл(Ky \times a) / 12 \times 0,24((1+I)^k - 1) / (I(1+I)^k), \quad (1.9)$$

где $Cл$ – сумма лизинговых платежей за весь период действия договора финансового лизинга без НДС.

Рассчитаем по формуле

$$C_l = C_l - (C_l \times 20 / 120), \quad (1.10)$$

K_u – коэффициент ускорения при начислении амортизации по договору лизинга, $K_u = 3$; k – срок, в течение которого амортизируется лизинговое оборудование, мес.

Третий этап. На заключительном этапе расчетов проводится сравнение обобщающих показателей PVK и PVL и подготавливается заключение по результатам проведенных расчетов. Необходимо оценить, по какой схеме приобретения оборудования предприятие окажется в более выгодной ситуации.

Практическое занятие 7

Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальная собственность)

Вопросы для обсуждения

1. Общие положения об интеллектуальной собственности.
2. Общие положения о праве промышленной собственности.
3. Средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг (фирменное наименование, товарный знак и знак обслуживания, географическое указание).
4. Правовое регулирование отношений, связанных с рекламой и рекламными играми.
5. Правовое регулирование отношений, связанных с ценообразованием.
6. Защита прав потребителей.

Задание 1

Ситуация для обсуждения.

1. К патентному поверенному обратился гражданин А. и сообщил, что он изобрел числовую игру, которая не имеет аналогов и принципиально отличается от известных игр такого рода. Игра увлекательна, освоить ее совсем несложно, поэтому она может стать популярной среди широкого круга пользователей.

А. спрашивает, возможно ли получить патент на такое изобретение?

Если нет, то возможна ли охрана такого объекта и какими средствами?

2. Сидоров разрабатывает популярные комиксы с участием персонажей компьютерных игр. В январе 2020 г. он заключил с ООО «Старз» договор, по которому обязался написать книгу, и получил аванс. Труд был сдан заказчику в

срок. В августе 2020 г. ООО «Старз» заключило договор с издательской фирмой «Лица», и в оговоренный срок был отпечатан тираж, объем которого был обусловлен договором. В ноябре 2020 г. ООО «Старз» вновь заказало той же издательской фирме изготовление тиража, причем это было сделано без ведома Сидорова. Кроме того, у книги появился второй автор, причем его фамилия находилась перед именем подлинного автора. Сидоров обратился в суд за защитой своих прав.

Как должен решить дело суд?

3. По договору с издательством группа авторов подготовила к изданию учебник по информационным технологиям. Автор П. по этому договору должен был написать главу, состоящую из пяти параграфов. После опубликования книги П. обнаружил, что в эту книгу издательство включило без согласования с ним еще два параграфа. В оглавлении с его фамилией стоит фамилия автора К., что дает основания предположить, что глава написана в соавторстве. Может ли П. защитить свои права?

Когда возникает соавторство на произведение?

Какой вид соавторства имеет место в данном случае?

4. Петров 16 августа купил в интернет-магазине зимнее пальто и ботинки. 30 ноября, возвращаясь с работы, он обнаружил, что у одного из новых ботинок от носка отрывается подошва. 10 декабря Петров обратился в интернет-магазин и потребовал вернуть деньги за ботинки. Администрация согласилась принять ботинки обратно, но лишь в обмен на другую пару.

Подлежит ли требование Петрова удовлетворению?

Практическое занятие 8

Организационно-правовое обеспечение предпринимательской и управленческой деятельности в секторе экономики ИКТ

Вопросы для обсуждения

1. Закрытые и открытые акционерные общества.
2. «ООО» и «ОДО» как субъект хозяйствования.
3. Хозяйственные товарищества, производственные кооперативы и унитарные предприятия.

Задание 1

Дайте характеристику (определение, учредительные документы, органы управления, особенности создания и функционирования) следующих организационно-правовых форм:

- полное товарищество;
- общество с ограниченной ответственностью;

- общество с дополнительной ответственностью;
- открытое акционерное общество;
- закрытое акционерное общество;
- производственный кооператив;
- унитарное предприятие на праве хозяйственного ведения;
- унитарное предприятие на праве оперативного управления.

Задание 2

Перечислите и охарактеризуйте основные объединения юридических лиц: консорциум, концерн, финансово-промышленная группа, корпорация, холдинг.

Задание 3

Перечислите необходимые документы и порядок регистрации:

- индивидуальных предпринимателей;
- юридических лиц.

Задание 4

Ответьте на вопросы

1. Назовите особенности создания производственного кооператива.
2. Зачем создаются фонды? Могут ли они учреждать другие предприятия и участвовать в них?
3. Дайте определение ОДО.
4. Может ли не член производственного кооператива входить в руководящий состав кооператива?
5. Имеет ли право директор унитарного предприятия продать автомобиль, принадлежащий УП?
6. Назовите формы первоначального капитала в АО, УП.
7. Перечислите учредительные документы, необходимые для регистрации предприятия.
8. Назовите виды предприятий, где решения учредителей принимаются по принципу: один человек – один голос.

Практическое занятие 9

Организационное развитие и бизнес-планирование

Вопросы для обсуждения

1. Понятие бизнес-процесса, виды бизнес-процессов, система процессов жизненного цикла производства программного продукта.
2. Организация и системы бизнес-процессов.
3. Жизненный цикл организации.
4. Кризис и управление кризисной ситуацией.
5. Управление на стадии платежеспособности и банкротства.

Задание 1

1. Оцените эффективность привлечения заемных средств для финансирования нового IT-проекта, если имеется следующая информация: доходы от проекта в течение 6 лет составят 325, 385, 395, 425, 450 и 410 тыс. у. е. соответственно. Затраты на реализацию проекта составляют 425 тыс. у. е. в первый год и 285 тыс. у. е. – во второй. Ставка дисконтирования 15 %.

2. Предприятие производит IT-продукцию одного наименования, цена изделия – 15 000 руб., средние переменные расходы составляют 8 000 руб., общие постоянные расходы равны 148 000 руб. Определите критический объем выпуска и реализации продукции в денежном и натуральном выражениях.

3. Предприятие выпускает изделия по цене 480 руб. за единицу. Общая величина постоянных расходов составила 830 000 руб., удельные переменные издержки – 370 руб. Во втором квартале общая величина постоянных расходов снизилась на 10 %. Рассчитайте, как снижение постоянных расходов отразилось на величине критического объема продукции.

Практическое занятие 10

Показатели экономической эффективности организации

Вопросы для обсуждения

1. Сущность и основные показатели экономической эффективности организации.

2. Основные факторы роста показателей экономической эффективности организации.

Задание 1

1. Предприятие выпускает изделия по цене 480 тыс. р. за единицу. Общая величина постоянных расходов составила 830 000 тыс. р., удельные переменные издержки – 370 тыс. р. Во втором квартале общая величина постоянных расходов снизилась на 10 %. Рассчитайте, как снижение постоянных расходов отразилось на величине критического объема продукции.

2. При проектировании фабрики по производству дисплеев для мобильных телефонов предполагается, что работа будет осуществляться в две смены 255 дней в год. В первые три года работы предполагается использовать 280 станков, производительность одного станка составляет 45 дисплеев в час, плановый процент простоев на ремонт станка – 4 %. Определите производственную мощность фабрики по выпуску дисплеев.

Практическое занятие 11

Маркетинг и продажи услуг и продуктов ИКТ

Вопросы для обсуждения

1. Внешняя и внутренняя среда бизнеса.
2. Маркетинговая информация.
3. Рынок информационных технологий и программного продукта.
4. Маркетинговая информация.
5. Маркетинговое планирование товара.
6. Стратегия и тактика маркетинга.
7. Цели маркетинга.

Основные понятия для выполнения задания.

1. Компьютерная программа – последовательность команд компьютера, приводящая к решению поставленной задачи.

2. Программное обеспечение – компьютерная программа (совокупность программ), дополненная технической документацией, необходимой для ее установки, настройки и эксплуатации.

3. Программный продукт – программное обеспечение, обладающее полезностью для целевых потребителей и предназначенное для платного или бесплатного распространения на рынке (коробочный программный продукт, то есть со стандартным набором функций для всех пользователей) или реализации конкретному клиенту (заказной программный продукт, который чаще всего передается заказчику со всеми правами собственности на него). Программный продукт может включать как программные, так и непрограммные компоненты.

4. IT-услуга – сервис по решению задач клиента (предоставлению IT-решений), основанный на использовании современных информационных технологий: разработка программного продукта на заказ, включая его проектирование, кодирование, тестирование, внедрение, эксплуатацию и сопровождение; поисковая оптимизация; хостинг; анализ сайтов и т. д.

Задание 1

Разработать готовую концепцию программного продукта или IT-услуги для потенциального пользователя.

Методические указания

Разработка выполняется поэтапно:

1. Описание потенциальной целевой аудитории: регион, сфера деятельности, пол, возраст и т. п. Следует как можно более четко представить себе целевую аудиторию, причем не абстрактно, а на конкретных примерах. Нужно представлять себе, чего хочет целевая аудитория, что ее интересует, чем увлекается, о чем говорит.

2. Краткое описание программного продукта (услуги): выполняемые ключевые функции, работы, способ доступа пользователей, аппаратное и программное обеспечение.

3. Потребности клиентов, которые будет удовлетворять новый продукт (услуга).

4. Идентификация и составление списка аналогов, предлагаемых конкурентами или уже существующих на рынке.

5. Описание конкурентных преимуществ разрабатываемого программного продукта (услуги) по сравнению с аналогами конкурентов: его достоинства и недостатки.

Задание 2

Рассчитать цену на заказной программный продукт с использованием затратного метода ценообразования. Себестоимость разработки программного продукта составляет 920 руб. Плановый уровень рентабельности программного продукта – 24 %.

Методические указания

1. Прибыль от реализации программного продукта рассчитывается по формуле

$$П = \frac{P \times C}{100}, \quad (1.11)$$

где $П$ – прибыль от реализации программного продукта заказчику, руб.; P – уровень рентабельности, %; C – себестоимость программного продукта, руб.

2. Цена на программный продукт без учета НДС:

$$Ц = C + П. \quad (1.12)$$

3. Сумма налога на добавленную стоимость:

$$НДС = \frac{Ц \times CT_{НДС}}{100}, \quad (1.13)$$

где $НДС$ – сумма налога на добавленную стоимость, руб., $CT_{НДС}$ – ставка НДС, %.

4. Цена с учетом НДС:

$$Ц_{НДС} = Ц + НДС. \quad (1.14)$$

Задание 3

Провести расчет цены создаваемого программного продукта. Планируемая рентабельность продукта принимается равной 25 %. На создание данного программного продукта программисту соответствующей квалификации требуется 260 часов.

Тарифный оклад программиста – 620 руб. в месяц без учета отчислений от заработной платы в Фонд социальной защиты населения и Белгосстрах (страхование нанимателя от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний). Дополнительная заработная плата принимается на уровне 10 % от тарифного оклада. Премия – 30 % от тарифного оклада.

Стоимость компьютера, на котором работает программист, составляет 960 руб., срок его полезного использования – 4 года. Энергопотребление компьютера – 140 Вт/час. Тариф за 1 кВт/ч – 0,16 руб.

Арендная плата одного квадратного метра рабочей площади составляет 10,6 руб. в месяц, рабочее место программиста занимает 6 кв. м.

Накладные расходы составляют 30 % от размера основной заработной платы. Производственный календарь представлен в таблице 1.8.

Таблица 1.8 – Производственный календарь на 20xx год для пятидневной рабочей недели

Месяцы и иные периоды года	Количество дней			Расчетная норма рабочего времени при 40- часовой рабочей неделе (в часах)
	Кален- дарные	Рабочие (обычные и предпраздничные)	Нерабочие (выходные и праздничные)	
1	2	3	4	5
Январь	31	22 (21+1)	9 (7+2)	175
Февраль	28	20	8	160
Март	31	22 (21+1)	9 (8+1)	175
I квартал	90	64	26	510
Апрель	30	19 (18+1)	11 (10+1)	151
Май	31	21 (20+1)	10 (8+2)	167
Июнь	30	22	8	176
II квартал	91	62	29	494
I полугодие	181	126	55	1004
Июль	31	20	11 (10+1)	160
Август	31	23	8	184
Сентябрь	30	21	9	168
III квартал	92	64	28	512

Окончание таблицы 1.8

1	2	3	4	5
Октябрь	31	22	9	176
Ноябрь	30	21 (20+1)	9 (8+1)	167
Декабрь	31	20	11 (10+1)	160
IV квартал	92	63	29	503
II полугодие	184	127	57	1015
20xx год	365	253 (248+5)	112 (103+9)	2019

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бизнес и инновации : пер. с англ. / П. Ф. Друкер. – Москва : Вильямс, 2009. – 423 с.
2. Гутин, С. Я. Информационные технологии в эскизном проектировании. – Москва : Высшая школа, 2004. – 109 с.
3. Инновационный менеджмент и интеллектуальная собственность: курс лекций / В. С. Рубашный. – Минск : ФУАинформ, 2007. – 367 с.
4. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / А. Е. Абрамешин [и др.]; под редакцией д-ра экон. наук, проф. О. П. Молчановой. – Москва : Вита-Пресс, 2001. – 272 с.
5. Инновационный менеджмент : учебное пособие / под ред. В. М. Аньшина, А. А. Дагаева. – Москва : Дело, 2003. – 528 с.
6. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / С. В. Ермасов, Н. Б. Ермасова. – Москва : Высшее образование, 2007. – 504 с.
7. Оголева, Л. Н. Инновационный менеджмент : учебное пособие / под ред. Л. Н. Оголевой. – Москва : Инфра-М, 2009. – 240 с.
8. Остервальдер, А. О. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, Ив Пинье ; пер. с англ. – Москва : Альпина Паблишер, 2011. – 288 с.
9. Сорокин, А. П. Управление инновациями : курс лекций / А. П. Сорокин. – Минск : Акад. упр. при Президенте Республика Беларусь, 2005. – 154 с.
10. Управление инновационными проектами : учебное пособие / В. Л. Попов [и др.]. – Москва : Инфра-М, 2011. – 334 с.
11. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – Москва : Прогресс, 1982.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

ЕДИНАЯ ТАРИФНАЯ СЕТКА

Распределение работников коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей
по тарифным разрядам Единой тарифной сетки

Тарифные разряды		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
Тарифные коэффициенты		1,0	1,16	1,35	1,57	1,73	1,9	2,03	2,17	2,32	2,48	2,65	2,84	3,04	3,25	3,48	3,72	3,98	4,26	4,56	4,88	5,22	5,59	5,98	6,4	6,85	7,33	7,84	
№	Категории и должности работников																												
1	Рабочие																												
2	Другие служащие																												
3	Руководители подразделений административно-хозяйственного обслуживания																												
4	Специалисты среднего уровня квалификации																												
Специалисты высшего уровня квалификации																													
5	Специалисты																												
5.1	Ведущие специалисты																												
5.2	Главные специалисты (в структурном подразделении)																												

**Распределение работников коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей
по тарифным разрядам Единой тарифной сетки**

Тарифные разряды		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
Тарифные коэффициенты		1,0	1,16	1,35	1,57	1,73	1,9	2,03	2,17	2,32	2,48	2,65	2,84	3,04	3,25	3,48	3,72	3,98	4,26	4,56	4,88	5,22	5,59	5,98	6,4	6,85	7,33	7,84	
№	Категории и должности работников																												
Руководители структурных подразделений																													
1.6	Начальник бюро (сектора, группы)																												
2.7	Начальник отдела																												
3.8	Начальник управления																												
4.9	Главный специалист (руководитель структурного подразделения)																												
Руководители производственных структурных подразделений																													
1.10	Мастер																												
2.11	Старший мастер																												
3.12	Начальник участка, смены																												
4.13	Начальник цеха																												
5.14	Начальник производства																												

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Тарифные разряды и тарифные коэффициенты руководителей организаций

Списочная численность работающих, чел.	Тарифные разряды/Тарифные коэффициенты											
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
	3,72	3,98	4,26	4,56	4,88	5,22	5,59	5,98	6,40	6,85	7,33	7,84
До 20												
21 – 100												
101 – 300												
301 – 600												
601 – 1200												
1201 – 2500												
2501 – 5000												
5001 – 10000												
10001 – 15000												
Свыше 15000												

ПРИЛОЖЕНИЕ В

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС

на 31 декабря 20 года

Организация	ОАО "....."
Учетный номер плательщика	300082076
Вид экономической деятельности	
Организационно-правовая форма	
Орган управления	IT-компания Solbeg
Единица измерения	тыс. руб.
Адрес	

Активы	Код строки	На 31 декабря текущего года	На 31 декабря предыдущего года
1	2	3	4
I. ДОЛГОСРОЧНЫЕ АКТИВЫ			
Основные средства	110	36 647	33 670
Нематериальные активы	120	62	71
Доходные вложения в материальные активы	130	-	
В том числе:			
инвестиционная недвижимость	131	-	
предметы финансовой аренды (лизинга)	132	-	
прочие доходные вложения в материальные активы	133	-	
Вложения в долгосрочные активы	140	620	1 130
Долгосрочные финансовые вложения	150	-	-
Отложенные налоговые активы	160	-	
Долгосрочная дебиторская задолженность	170	-	
Прочие долгосрочные активы	180	-	
ИТОГО по разделу I	190	37 329	34 871
II. КРАТКОСРОЧНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210	13 238	13 342
В том числе:			

Собственный капитал и обязательства	Код строки	На 31 декабря текущего года	На 31 декабря предыдущего года
1	2	3	4
материалы	211	4 387	5 175
животные на выращивании и откорме	212	-	-
незавершенное производство	213	3 786	3 544
готовая продукция и товары	214	5 065	4 623
товары отгруженные	215	-	-
прочие запасы	216	-	-
Долгосрочные активы, предназначенные для реализации	220	-	-
Расходы будущих периодов	230	111	272
Налог на добавленную стоимость по приобретенным товарам, работам, услугам	240	79	1 056
Краткосрочная дебиторская задолженность	250	18 316	10 536
Краткосрочные финансовые вложения	260	-	-
Денежные средства и их эквиваленты	270	477	70
Прочие краткосрочные активы	280	2 965	2 238
ИТОГО по разделу II	290	35 186	27 514
БАЛАНС	300	72 515	62 385
III. СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ			
Уставный капитал	410	1 502	1 502
Неоплаченная часть уставного капитала	420	-	-
Собственные акции (доли в уставном капитале)	430	-	-
Резервный капитал	440	1 350	1 086
Добавочный капитал	450	43 855	33 584
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	460	-	222
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	470	-	-
Целевое финансирование	480	-	-
ИТОГО по разделу III	490	46 707	36 394
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			

Собственный капитал и обязательства	Код строки	На 31 декабря текущего года	На 31 декабря предыдущего года
1	2	3	4
Долгосрочные кредиты и займы	510	2 763	5 758
Долгосрочные обязательства по лизинговым платежам	520	-	-
Отложенные налоговые обязательства	530	-	-
Доходы будущих периодов	540	97	148
Резервы предстоящих платежей	550	-	-
Прочие долгосрочные обязательства	560	-	-
ИТОГО по разделу IV	590	2 860	5 906
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Краткосрочные кредиты и займы	610	6 706	4 307
Краткосрочная часть долгосрочных обязательств	620	-	-
Краткосрочная кредиторская задолженность	630	16 242	15 778
В том числе:			
поставщикам, подрядчикам, исполнителям	631	12 425	12 354
по авансам полученным	632	276	488
по налогам и сборам	633	620	154
по социальному страхованию и обеспечению	634	182	206
по оплате труда	635	659	598
по лизинговым платежам	636	-	-
собственнику имущества (учредителям, участникам)	637	1 570	440
прочим кредиторам	638	510	1 538
Обязательства, предназначенные для реализации	640	-	-
Доходы будущих периодов	650	-	-
Резервы предстоящих платежей	660	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	670	-	-
ИТОГО по разделу V	690	22 948	20 085
БАЛАНС	700	72 515	62 385

ОТЧЕТ
о прибылях и убытках
за январь-декабрь 20__ г.

Организация	ОАО "....."
Учетный номер плательщика	300082076
Вид экономической деятельности	
Организационно-правовая форма	
Орган управления	IT-компания Solbeg
Единица измерения	тыс. руб.
Адрес	

Наименование показателей	Код строки	За январь - декабрь текущего года	За январь - декабрь предыдущего года
1	2	3	4
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	010	92529	74183
Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг	020	76865	61438
Валовая прибыль (010 – 020)	030	15664	12745
Управленческие расходы	040	3448	3050
Расходы на реализацию	050	3594	3310
Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг (030 – 040 – 050)	060	8622	6385
Прочие доходы по текущей деятельности	070	63128	42634
Прочие расходы по текущей деятельности	080	65506	44745
Прибыль (убыток) от текущей деятельности ($\pm 060 + 070 - 080$)	090	6244	4274
Доходы по инвестиционной деятельности	100	455	450
В том числе: доходы от выбытия основных средств, нематериальных активов и других долгосрочных активов	101	403	411

Наименование показателей	Код строки	За январь - декабрь текущего года	За январь - декабрь предыдущего года
1	2	3	4
доходы от участия в уставном капитале других организаций	102		
проценты к получению	103		0
прочие доходы по инвестиционной деятельности	104	52	39
Расходы по инвестиционной деятельности	110	60	106
В том числе: расходы от выбытия основных средств, нематериальных активов и других долгосрочных активов	111	8	67
прочие расходы по инвестиционной деятельности	112	52	39
Доходы по финансовой деятельности	120	13604	7511
В том числе: курсовые разницы от пересчета активов и обязательств	121	13604	7511
прочие доходы по финансовой деятельности	122		
Расходы по финансовой деятельности	130	14187	11817
В том числе: проценты к уплате	131	1073	253
курсовые разницы от пересчета активов и обязательств	132	12929	11428
прочие расходы по финансовой деятельности	133	185	136
Прибыль (убыток) от инвестиционной, финансовой и иной деятельности (100 – 110 + 120 – 130 ± 140)	140	-188	-3962
Прибыль (убыток) до налогообложения (± 090 ± 150)	150	6056	312

Наименование показателей	Код строки	За январь - декабрь текущего года	За январь - декабрь предыдущего года
1	2	3	4
Налог на прибыль	160	730	190
Изменение отложенных налоговых активов	170		
Изменение отложенных налоговых обязательств	180		
Прочие налоги и сборы, исчисляемые из прибыли (дохода)	190		
Прочие платежи, исчисляемые из прибыли (дохода)	200	54	24
Чистая прибыль (убыток) ($\pm 160 - 170 \pm 180 \pm 190 - 200$)	210	5272	98
Результат от переоценки долгосрочных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	220		
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	230		
Совокупная прибыль (убыток) ($\pm 210 \pm 220 \pm 230$)	240	5272	98
Базовая прибыль (убыток) на акцию	250		
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	260		

ОТЧЕТ
о движении денежных средств
за 20 _____ год

Организация	ОАО "....."
Учетный номер плательщика	300082076
Вид экономической деятельности	
Организационно-правовая форма	
Орган управления	IT-компания Solbeg
Единица измерения	тыс. руб.
Адрес	

Наименование показателей	Код строки	За текущий год	За предыду- щий год
1	2	3	4
Движение денежных средств по текущей деятельности			
Поступило денежных средств – всего	020	93449	74659
В том числе:			
от покупателей продукции, товаров, заказчиков работ, услуг	021	92254	73171
от покупателей материалов и других запасов	022	66	53
роялти	023		
прочие поступления	024	1129	1435
Направлено денежных средств – всего	030	70121	63227
В том числе:			
на приобретение запасов, работ, услуг	031	54365	49580
на оплату труда	032	7747	7454
на уплату налогов и сборов	033	3720	3860
на прочие выплаты	034	4289	2333
Результат движения денежных средств по текущей деятельности (020 – 030)	040	23328	11432
Движение денежных средств по инвестиционной деятельности			
Поступило денежных средств – всего	050	26	659

Наименование показателей	Код строки	За текущий год	За предыдущий год
1	2	3	4
В том числе:			
от покупателей основных средств, нематериальных активов и других долгосрочных активов	051	26	658
возврат предоставленных займов	052		
доходы от участия в уставном капитале других организаций	053		
проценты	054	-	1
прочие поступления	055		
Направлено денежных средств – всего	060	121	743
В том числе:			
на приобретение и создание основных средств, нематериальных активов и других долгосрочных активов	061	121	743
на предоставление займов	062		
на вклады в уставный капитал других организаций	063		
прочие выплаты	064		
Результат движения денежных средств по инвестиционной деятельности (050 – 060)	070	-95	-84
Движение денежных средств по финансовой деятельности			
Поступило денежных средств – всего	080	0	0
В том числе:			
кредиты и займы	081		
от выпуска акций	082		
вклады собственника имущества (учредителей, участников)	083		
прочие поступления	084		
Направлено денежных средств – всего	090	22826	12087
В том числе:			
на погашение кредитов и займов	091	21594	11472

Наименование показателей	Код строки	За текущий год	За предыдущий год
1	2	3	4
на выплаты дивидендов и других доходов от участия в уставном капитале организации	092	137	218
на выплаты процентов	093	694	3
на лизинговые платежи	094		
прочие выплаты	095	401	394
Результат движения денежных средств по финансовой деятельности (080 – 090)	100	-22826	-12087
Результат движения денежных средств за отчетный период ($\pm 040 \pm 070 \pm 100$)	110	407	-739
Остаток денежных средств и их эквивалентов на 31.12.2014 г.	120	70	809
Остаток денежных средств и их эквивалентов на конец отчетного периода	130	477	70
Влияние изменений курса иностранной валюты по отношению к белорусскому рублю	140		

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Договор займа

г. Витебск

« _____ »

_____ 20__ г.

Гражданин Республики Беларусь Иванов Иван Иванович, именуемый в дальнейшем Заимодавец, с одной стороны, и индивидуальный предприниматель Сидоров Валерий Петрович, действующий на основании Свидетельства № _____ от 17.06.2011, выданного _____ районным исполнительным комитетом, именуемый в дальнейшем Заемщик, другой стороны, каждый в отдельности именуемый Сторона, а вместе – Стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. По договору заимодавец передает в собственность Заемщика денежные средства в размере _____ (_____) белорусских рублей, а Заемщик обязуется возвратить Заимодавцу такую же сумму до « ____ » _____ 20__ г. (или по требованию).

2. По договору проценты за пользование займом не начисляются и не уплачиваются.

3. Порядок расчетов по Договору – наличными денежными средствами (или указать иное), валюта расчетов – белорусские рубли.

4. Договор вступает в силу с момента передачи Заемщику все суммы займа, указанной в п. 1 Договора, и действует до полного исполнения Сторонами принятых на себя обязательств.

5. Все изменения и/или дополнения к Договору осуществляются по обоюдному соглашению Сторон и оформляются в письменной форме посредством подписания Сторонами дополнительных соглашений. Дополнительные соглашения являются неотъемлемой частью Договора.

6. Договор составлен в двух экземплярах по одному для каждой из Сторон.

7. При изменении местонахождения и телефонов одной из Сторон, такая Сторона должна уведомить другую Сторону об этом. В случае отсутствия такого уведомления, использование прежних данных является надлежащим.

8. Во всем, что не предусмотрено Договором, стороны руководствуются законодательством Республики Беларусь.

9. Данные и подписи Сторон:

Заимодавец:

Паспортные данные: _____

Адрес: _____

УНН: _____

Тел. _____

Подпись _____

_____ / _____ /

Заемщик:

ИП _____

Тел. _____

Подпись _____

_____ / _____ /

Учебное издание

ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПРАВА В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

Методические указания к практическим занятиям

Составитель:

Гончарова Екатерина Сергеевна

Редактор *Т.А. Осипова*

Корректор *А.В. Пухальская*

Компьютерная верстка *Е.С. Гончарова*

Подписано к печати 12.01.2023. Формат 60x90^{1/16}. Усл. печ. листов 3,0.

Уч.-изд. листов 3,8. Тираж 25 экз. Заказ № 25.

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет»
210038, г. Витебск, Московский пр-т, 72.

Отпечатано на ризографе учреждения образования

«Витебский государственный технологический университет».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/172 от 12 февраля 2014 г.

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 3/1497 от 30 мая 2017 г.