



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ДГТУ)**

Кафедра «Маркетинг и инженерная экономика»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ  
«СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»**

Учебно-методические указания

Ростов-на-Дону  
ДГТУ  
2023

УДК 339.13

Составители: Лисицин В.Г., Денисенко Ю.Н.

Методические указания по освоению дисциплины «Социальное предпринимательство»: учебно-методические указания. / В.Г. Лисицин, Ю.Н. Денисенко. – Ростов н/Д: Издательский центр ДГТУ, 2023. – 24 с.

Материалы представляют собой учебно-методические указания по освоению дисциплины «Социальное предпринимательство».

Предназначены для студентов всех форм обучения и направлений подготовки. Материал апробирован в Донском государственном техническом университете.

УДК 339.13

Печатается по решению редакционно-издательского совета  
Донского государственного технического университета

Ответственный редактор к. э. н, доцент Ю.А. Олейникова

---

В печать \_\_\_\_ . \_\_\_\_ .20 \_\_\_\_ г.

Формат 60×84/16. Объем \_\_\_\_ усл. п. л.

Тираж \_\_\_\_ экз. Заказ № \_\_\_\_.

---

Издательский центр ДГТУ

Адрес университета и полиграфического предприятия:  
344000, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1

© Донской государственный  
технический университет, 2023

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1 Методические рекомендации по освоению дисциплины и самостоятельной работе	4
2 Практикум по дисциплине	9
3 Методические указания для выполнения контрольной работы	18
Список использованных источников	24

## **1. Методические рекомендации по освоению дисциплины и самостоятельной работе**

Методические рекомендации по изучению дисциплины представляют собой комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих обучающимся оптимальным образом организовать процесс самостоятельного или углубленного изучения курса.

Содержание этих рекомендаций касается:

- планирования и организации времени, необходимого для изучения дисциплины;
- использования материала учебно-методических указаний;
- работы с учебной литературой;
- подготовки к промежуточному и итоговому контролю.

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Приступая к изучению данной дисциплины, необходимо повторить основные положения курсов, логически связанных с ранее изучаемыми дисциплинами.

2. Изучение курса должно вестись систематически и сопровождаться составлением подробного конспекта. В конспект рекомендуется включать все виды учебной работы: лекции, самостоятельную проработку учебников и рекомендуемых источников, подготовку докладов и презентаций, решение задач, ответы на вопросы и другие задания в рамках самостоятельной работы.

3. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспекту лекций рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины раздела, затем ответить на вопросы. Такой метод дает возможность самостоятельно проверить готовность к практическому занятию, промежуточному и итоговому контролю.

4. Особое внимание следует уделить решению задач, поскольку это способствует лучшему пониманию и закреплению теоретических знаний. Перед решением задач необходимо повторить методику расчета, формулы расчета, просмотреть примеры решения аналогичных задач.

5. Проводимые в различных формах семинарские занятия (дискуссии, обсуждения, исследования, анализ) дают возможность непосредственно понять алгоритм применения теоретических знаний, излагаемых в учебниках и на лекциях. Поэтому обучающийся должен активно участвовать в выполнении всех видов практических работ.

6. Следует иметь в виду, что все разделы и темы дисциплины являются в равной мере важными и часто взаимосвязаны. Как и в любой другой дисциплине, не рекомендуется приступать к изучению последующих разделов, не усвоив предыдущих.

7. Для изучения дисциплины необходимо использовать различные источники: учебники, учебные и учебно-методические пособия, монографии,

сборники научных статей, публикаций, справочную литературу, раскрывающую понятийный аппарат, интернет-сайты и тематические порталы.

При самостоятельной работе с учебниками и учебными пособиями рекомендуется придерживаться определенной последовательности. Читая и конспектируя тот или иной раздел учебника, необходимо твердо усвоить основные определения, понятия и классификации. Формулировки определений и основные классификации надо знать на память. После усвоения соответствующих понятий, процедур и методов следует проанализировать примеры их практического применения на опыте российских предприятий, закрепляя тем самым проработанный теоретический материал.

В процессе изучения дисциплины обучающийся обязан активно использовать все формы обучения: посещать лекции и практические занятия, получать консультации преподавателя и выполнять все виды самостоятельной работы, предусмотренной учебным планом и рабочей программой дисциплины. Процесс изучения дисциплины включает в себя:

1. Работу под руководством преподавателя (лекции, практические занятия).

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов. Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает.

Практические и семинарские занятия направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков проведения исследований. Обучающиеся под руководством преподавателя обсуждают дискуссионные вопросы, решают задачи, рассматривают различные ситуации и отвечают на вопросы тестов, закрепляя приобретенные знания. Для успешного участия в практическом занятии студенту следует тщательно подготовиться.

2. Самостоятельная работа обучающегося. К самостоятельной работе обучающихся в ходе изучения дисциплины относят: решение задач; подготовку к практическим занятиям: индивидуальную работу с учебной литературой, конспектами лекций, самостоятельный поиск и изучение учебной литературы, интернет-источников; выполнение индивидуальных заданий; подготовку к промежуточному и итоговому контролю.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными, опытом российских компаний и организаций по следующей схеме: повторение лекционного материала, углубленное изучение рекомендуемых источников. Если какие-то мо-

менты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю.

### 3. Промежуточный и итоговый контроль.

Промежуточный контроль осуществляется в виде устного опроса и позволяет оценить степень освоения обучающимися отдельных материалов дисциплины.

Подготовка к итоговому контролю осуществляется в следующем порядке: ознакомление с перечнем вопросов к итоговому контролю; повторение лекционного материала и конспектов, созданных обучающимися в ходе подготовки к практическим занятиям и самостоятельного изучения дисциплины; консультация с преподавателем по вопросам, в которых обучающийся не смог разобраться самостоятельно.

При подготовке к занятиям следует руководствоваться методическими указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать учебную литературу.

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

*Устный опрос* - средство контроля усвоения учебного материала темы, организованное как часть учебного занятия в виде опросно-ответной формы работы преподавателя с обучающимся по вопросам для самоконтроля, рефератам, докладам. Проводится в форме специальной беседы преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, для выявления объема знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

*Реферат* - краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического и практического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, в рамках которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Обучающемуся рекомендуется следующая схема подготовки к занятию:

1. Проработать конспект лекций.
2. Прочитать учебную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу.
3. Письменно раскрыть ответ на поставленный вопрос.
4. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

Тема реферата (его объем – от 10 до 15 машинописных страниц без учета приложений) соответствует одному из вопросов, номер которого совпадает с последней цифрой номера обучающегося в списке группы. На основе реферативного обзора готовится выступление по рассматриваемой проблеме на 5-7 минут.

Структура реферата включает в себя: титульный лист, содержание, введение, разделы основной части, заключение, список использованных источников и возможно приложения.

Текст реферата необходимо набирать на компьютере на одной стороне листа. Размер левого поля 20 мм, правого – 10 мм, верхнего – 20 мм, нижнего – 20 мм. Шрифт – Times New Roman, размер – 14, межстрочный интервал – 1,5. Фразы, начинающиеся с новой строки, печатаются с абзацным отступом от начала строки. Реферат, выполненный небрежно, неразборчиво, без соблюдения требований по оформлению, возвращается обучающемуся без проверки с указанием причин возврата на титульном листе.

*Практическая работа* – работа (в том числе в малых группах), направленная на формирование практических умений – профессиональных (умений выполнять определенные действия, операции, необходимые в последующем в профессиональной деятельности) или учебных (умений решать задачи и др.), необходимых в последующей учебной деятельности. Представляет собой задания с условиями предъявления обучающимся выполненной работы.

Решение заданий происходит на практическом занятии, после чего в виде опросно-ответной формы работы преподавателя с обучающимся выявляется объем знаний обучающихся по определенному разделу, теме, проблеме в рамках выполненного задания.

*Контрольная работа* - письменная работа, выполняемая по дисциплине, в рамках которой решаются конкретные задачи, либо раскрываются определенные условиями вопросы с целью оценки качества усвоения обучающимися заочной формы обучения отдельных, наиболее важных разделов, тем и проблем изучаемой дисциплины, умения решать конкретные теоретические и практические задачи.

Обучающийся заочной формы в соответствии с учебным планом и программой выполняет по курсу одну контрольную работу. Контрольная работа включает два теоретических вопроса и задачу. Вариант задания на контрольную работу определяется согласно представленным далее методическим указаниям.

Выполняя контрольную работу, необходимо показать умение правильно, кратко и четко излагать усвоенный материал. В процессе подготовки к выполнению контрольной работы следует изучить рекомендованную литературу, а также новые публикации в области изучаемой дисциплины в периодической печати.

При написании ответов на вопросы желательно приводить цитаты, статистические данные, графики и диаграммы, которые должны иметь ссылки на информационный источник (фамилия, инициалы автора, название цитируемого источника, том, часть, выпуск, издательство, год, страница).

При выполнении контрольной работы следует творчески подходить к имеющейся информации, уметь выразить свое мнение по исследуемому вопросу.

Контрольная работа должна быть аккуратно оформлена, иметь нумерацию страниц и список использованных источников, в котором указываются все использованные обучающимся литературные источники, расположенные в алфавитном порядке и пронумерованные.

Необходимо оставить поля для замечаний рецензента. Если содержание контрольной работы отвечает предъявляемым требованиям, то она допускается к защите. При неудовлетворительном выполнении контрольной работы она возвращается обучающемуся на доработку.

Преподаватель пишет рецензию на контрольную работу, указывая основные замечания, которые обучающийся должен учесть при подготовке к итоговому контролю.

По контрольной работе проводится устный опрос (зачет контрольной работы), после которого обучающийся приступает к итоговому контролю.

*Итоговый контроль* проводится в устной форме. Во время итогового контроля, обучающемуся задаются вопросы из общего перечня контрольных вопросов для подготовки.



## 2 Практикум по дисциплине «Социальное предпринимательство»

### Занятие 1. ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Практическое задание 1.** Используя знания категорийного аппарата предпринимательской деятельности, составьте не менее чем из 12 слов кроссворд. Слова должны быть существительными в именительном падеже и единственном числе.

**Практическое задание 2.** Подберите реальные примеры для заполнения таблицы 1.

Таблица 1 – Динамика изменения социальных потребностей потребителей

<i>Формулирование социальной потребности</i>	<i>Продукты, удовлетворяющие социальную потребность</i>
Социальные потребности, пришедшие из прошлого	
1.	1.
2.	2.
3.	3.
Социальные потребности настоящего времени	
1.	1.
2.	2.
3.	3.
Перспективы социальных потребностей	
1.	1.
2.	2.
3.	3.

**Практическое задание 3.** Ответьте на вопросы.

Предпринимательская деятельность - это \_\_\_\_\_

---

---

---

Как Вы понимаете определение предпринимательской деятельности

---

---

---

---

Приведите примеры ныне действующих организаций (предприятий) различных  
организационно-правовых  
форм: \_\_\_\_\_

Юридическое лицо -

Учредительными документами юридического лица являются  
....., включающие в себя:

Укажите отличие некоммерческих организаций от коммерческих

Перечислите некоммерческие организации:

Укажите основные признаки предпринимательской деятельности

Объекты предпринимательской деятельности

Субъекты предпринимательской деятельности

**Практическое задание 4.** Опишите следующие процессы, требующие:

- подготовить пакет документов для регистрации предпринимательской деятельности;
- выбрать налоговый режим для функционирования предприятия;
- подготовить документы для приема сотрудников на работу.

**Практическое задание 5.** Проведите сравнительную характеристику наиболее популярных форм осуществления предпринимательской деятельности – ИП и ООО.

**Практическое задание 6.** Опишите критерии отнесения предприятий к субъектам малого, среднего и крупного бизнеса.

**Практическое задание 7.** Ответьте на следующие вопросы творческого задания:

- какими предпринимательскими качествами Вы обладаете?
- в чем это проявляется, дайте им характеристику?
- какие качества Вы хотите в себе развить?
- для успешного функционирования Вашего бизнеса необходимо правильно выбрать нишу: что Вам интересно, что Вы знаете лучше всего, что умеете?
- сгенерируйте бизнес-идею согласно следующему алгоритму: создавать, работать, продавать, обучать, консультировать, инвестировать, администрировать, организовывать, заботиться.

## **Занятие 2. РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Практическое задание 1.** Ответьте на вопросы.

Социальное предпринимательство - это

<hr/>		
<hr/>		
<hr/>		
Черты	социального	предпринимательства
<hr/>		
<hr/>		
<hr/>		
Объекты	социального	предпринимательства
<hr/>		
<hr/>		

---

---

Субъекты социального предпринимательства

---

---

---

---

Продукт в социальном предпринимательстве – это

---

---

---

---

---

Приведите примеры социального предпринимательства

---

---

---

---

Сформулируйте бизнес-идею с учетом особенностей социального предпринимательства

---

---

---

---

---

Нормативно-правовое обеспечение социального предпринимательства

---

---

---

---

---

Гражданско-правовые отношения в социальном предпринимательстве

---

---

---

---

---

Классификация сделок в социальном предпринимательстве

---

---

---

---

**Практическое задание 2.** Опишите не менее 12 факторов микро- и макросреды предприятия в сфере социального бизнеса в таблице 2.

Таблица 2 – Маркетинговая среда предприятия сферы сервиса

<i>Факторы маркетинговой среды (краткое описание)</i>	<i>Реализация факторов маркетинговой среды в социальном предпринимательстве</i>

### **Занятие 3. СПЕЦИФИКА РАБОТЫ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ**

**Практическое задание 1.** Разработайте, возможно, более полный перечень признаков сегментирования потребителей социальных программ, которые целесообразно учитывать для успешного бизнеса. Какая дополнительная информация для сегментирования потребителей социальных программ Вам может потребоваться? Заполните таблицу 3, используя приведенные ниже составляющие: 1) возраст, 2) место совершения покупки социального продукта, 3) размер семьи, 4) стиль жизни, 5) степень нуждаемости в социальном продукте, 6) регион, 7) образование, 8) тип личности, 9) частота покупок, 10) национальность, 11) жизненные ценности, 12) плотность населения, 13) убеждения, 14) климат, 15) степень готовности к покупке, 16) пол, 17) профессия, 18) место проживания, 19) личные качества, 20) численность населения, 21) лояльность, 22) уровень доходов, 23) степень урбанизации, 24) этап жизненного цикла семьи, 25) мотивы совершения покупки социального продукта, 26) город или сельская местность, 27) поиск выгод при покупке, 28) характер, 29) значение населенного пункта, 30) отношение к социальному продукту.

Таблица 3 – Переменные сегментирования

<i>Демографические</i>	<i>Психографические</i>	<i>Географические</i>	<i>Поведенческие</i>

**Практическое задание 2.** Расставьте в правильной последовательности этапы процесса разработки социального продукта: 1. Разработка замысла и его проверка. 2. Испытание в рыночных условиях. 3. Анализ возможностей производства и сбыта. 4. Создание социального продукта. 5. Формирование

идей. 6. Разработка стратегии маркетинга. 7. Развертывание коммерческого производства социального продукта. 8. Отбор идей.

**Практическое задание 3.** Какой этап жизненного цикла переживают в настоящее время различные социальные продукты (приведите примеры с привязкой к месту вашего проживания)? Ответы оформите в таблице 4.

Таблица 4 – Этапы жизненного цикла социального продукта

Выведение на рынок	Рост	Зрелость	Спад
<i>Социал. продукт 1</i>	<i>Социал. продукт 2</i>	<i>Социал. продукт 3</i>	<i>Социал. продукт 4</i>

## **Занятие 4. ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОДУКТА И КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

### **Вопросы для обсуждения**

1. Атрибуты социального продукта и их использование в маркетинговой деятельности предприятия.
2. Блог-маркетинг как новая форма коммуникации в социальном предпринимательстве.
3. Выставочная деятельность в социальном предпринимательстве как инструмент маркетинговых коммуникаций.
4. Инновации в маркетинговых коммуникациях социального предпринимательства.
5. Интегрированные маркетинговые коммуникации в социальном предпринимательстве.
6. Использование event-маркетинга в социальном предпринимательстве.
7. Использование партизанского маркетинга в социальном предпринимательстве.
8. Использование спонсорства и благотворительности в социальном предпринимательстве.
9. Методы формирования бюджета маркетинга в социальном предпринимательстве.
10. Модели покупательского поведения потребителей социального продукта.
11. Оценка эффективности PR деятельности в социальном предпринимательстве.
12. Ключевые факторы успеха рекламной кампании в социальном предпринимательстве.
13. Особенности международного маркетинга в социальном предпринимательстве.
14. Оценка и выбор каналов продвижения социального продукта.
15. Управление жизненным циклом социального продукта.
16. Разработка маркетинговой (мультиатрибутивной) модели социального продукта.
17. Разработка промо-концепции социального продукта.
18. Сегментация рынка потребителей социального продукта.

19. Программное обеспечение маркетингового управления в социальном предпринимательстве.

20. Формирование методики сбыта социального продукта.

**Практическое задание.** Проводится в форме семинарского занятия по представленным выше вопросам для обсуждения. Студенты должны подготовить реферативный обзор (не более 15 страниц) вопроса, номер которого соответствует порядковому номеру студента в списке группы, а также на его основе выступление по рассматриваемой проблеме на 7-10 минут.

### **Занятие 5. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА В СОЦИАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ**

Целями занятия являются анализ рынка социальных программ, анализ конкурентов, анализ своих возможностей для разработки бизнес-плана. Маркетинговое исследование рынка социальных программ формируется по результатам конъюнктурного исследования. При разработке бизнес-плана могут быть использованы микропоказатели, характеризующие конъюнктуру рынка (публикации в специальных изданиях). Маркетинговое исследование потенциальных возможностей социального предприятия включает изучение конкурентов, выбор формы своей деятельности и потребителей социального продукта. Предлагается использовать кабинетный метод маркетинговых исследований.

**Порядок проведения игры.** Работа выполняется двумя студентами (группа). Каждая группа выбирает свой социальный продукт. Исходя из сложившихся условий на рынке социальных программ, преподаватель для выбранного студентами социального продукта определяет величину инвестиций. При разработке бизнес-плана студенты используют знания и по другим экономическим дисциплинам.

Бизнес-план обязательно должен содержать:

1. обоснование организационно-правовой формы социального предприятия;
2. выбор режима налогообложения и ОКВЭД;
3. обоснование выбора социального продукта и его характеристику;
4. предмет, объект, цели и задачи проведения маркетингового исследования;
5. оценку информационных потребностей для осуществления социального предпринимательства;
6. перечень основных конкурентов и их анализ;
7. сегментацию основных потребителей социального продукта;
8. подробное описание применяемой модели комплекса маркетинга в социальном предпринимательстве;
9. подробное описание этапов маркетингового исследования;
10. обоснование выбора источников сбора маркетинговой информации с указанием их перечня;

11. анализ собранной в результате маркетинговых исследований информации и обоснование принятого решения по продвижению социального продукта;
12. оценку потенциальных рисков социального предпринимательства;
13. расчет затрат на создание и продвижение социального продукта;
14. объем реализации на ближайшие три года (первый – поквартально, второй – по полугодиям и третий в целом за год) в соответствии с проведенной ранее сегментацией.
15. расчет объема продаж, прибыли на ближайшие три года, срока окупаемости инвестиций и объема безубыточности социального бизнеса.

В бизнес-плане также должна быть разработана ценовая политика по выбранному социальному продукту. Студенты защищают свой вариант бизнес-плана перед преподавателем или группой.

## **Занятие 6. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА ДЛЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Практическое задание 1.** Какие решения относительно продвижения социального продукта Вы можете предложить. Каковы длина и широта предложенных каналов продвижения, каких посредников рекомендуете привлекать для распределения и по каким критериям будет осуществляться их отбор?

**Практическое задание 2.** Воссоздайте последовательность этапов рекламной кампании социального продукта с помощью следующих элементов:

- подготовка концепции рекламного обращения;
- составление графика размещения рекламных мероприятий во времени;
- выбор средств рекламы и каналов ее распространения;
- создание и испытание рекламы социального продукта;
- определение направления и темы рекламы социального продукта;
- осуществление рекламной кампании по графику намеченных акций;
- планирование рекламных мероприятий;
- описание целевой аудитории социального продукта;
- постановка задач рекламной кампании;
- оценка результатов, контроль эффективности рекламной кампании;
- формирование бюджета рекламной кампании.

**Практическое задание 3.** Постройте на примере конкретного предприятия в сфере социального предпринимательства матрицу И. Ансоффа.

**Практическое задание 4.** Постройте на примере конкретного предприятия в сфере социального предпринимательства модель конкуренции М. Портера.



**Практическое задание 5.** Постройте на примере конкретного предприятия в сфере социального предпринимательства матрицу БКГ.

**Практическое задание 6.** Проведите на примере конкретного предприятия в сфере социального предпринимательства SWOT-анализ.

**Практическое задание 7.** Проведите на примере конкретного предприятия в сфере социального предпринимательства PEST-анализ.

### **3 Методические указания для выполнения контрольной работы**

#### **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ**

Практические занятия по дисциплине позволяют закрепить полученные во время лекций и самостоятельной работы студентов знания, умения и навыки. Данные занятия проводятся в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и консультациями преподавателя. На данных занятиях студенты могут разобраться в наиболее сложных, узловых вопросах изучаемой дисциплины.

#### **ОФОРМЛЕНИЕ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**Методические указания по выполнению и оформлению контрольной работы.**

Выполнение контрольной работы является важным этапом в процессе изучения курса. Выполняя контрольную работу, студент должен коротко и ясно излагать усвоенный материал. Недопустимо дословное списывание текста из литературных источников. В конце работы приводится список использованных источников. Объем текстовой части должен составлять 7-10 листов по первому вопросу (формат А4, машинописный текст, поля по 2 см, отступ красной строки 1,5, межстрочный интервал 1,5, 14 шрифт Times New Roman), не менее 5 листов – по второму вопросу и краткое обоснование (обязательно!) решения стандартной задачи на одной-двух страницах.

Номер варианта определяется по начальной букве фамилии студента. В качестве описываемого следует выбирать предприятие, на котором студент работает, работал или проходил практику. Если это вызывает затруднения допускается описание общеизвестного предприятия.

Затем по контрольной работе проводится собеседование, после которого студент допускается к итоговому контролю по курсу.

#### **ЗАДАНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

##### ***Тематика вопросов контрольной работы***

##### **ТЕМА 1**

1. Признаки и особенности социального предпринимательства.
- 2.. Опишите процесс подготовки документов для регистрации индивидуального предпринимателя в области социального предпринимательства.

##### **ТЕМА 2**

1. Бизнес-модели социального предпринимательства.
2. Опишите каким образом проводит маркетинговые исследования микро-среды Ваше предприятие в области социального предпринимательства.

### ТЕМА 3

1. Правовое регулирование социального предпринимательства.
2. Опишите процесс позиционирования социального продукта Вашей фирмой.

### ТЕМА 4

1. Организационно-правовые формы социальных предприятий.
2. Опишите каким образом проводит Ваша фирма маркетинговые исследования макросреды в области социального предпринимательства.

### ТЕМА 5

1. Бизнес-идеи и бизнес-возможности в социальном предпринимательстве.
2. Опишите процесс подготовки документов для регистрации юридического лица в области социального предпринимательства.

### ТЕМА 6

1. Социальные инновации, их классификации.
2. Опишите процесс выбора налогового режима Вашим предприятием в области социального предпринимательства.

### ТЕМА 7

1. Стратегические модели социального предпринимательства.
2. Опишите конкурентные преимущества Вашего предприятия в области социального предпринимательства и процесс их формирования.

### ТЕМА 8

1. Особенности бизнес-планирования в социальном предпринимательстве.
2. Какие средства рекламы и почему использует Ваше предприятие в области социального предпринимательства?

### ТЕМА 9

1. Фандрайзинг в социальном предпринимательстве.
2. Каким образом на Вашем предприятии проводится анализ ответной реакции потребителя социального продукта?

### ТЕМА 10

1. Источники финансирования социальных предприятий.
2. Опишите методы сбора информации, применяемые Вашей фирмой, и представьте анкету для опроса потребителей социального продукта (не менее 12 вопросов).

#### ТЕМА 11

1. Особенности кадровой политики в социальном предпринимательстве.
2. Проведите сегментирование и представьте характеристику по каждой группе потребителей социального продукта Вашей фирмы.

#### ТЕМА 12

1. Формирование и развитие команды социального проекта.
2. Опишите применяемую Вашей фирмой бизнес-модель социального предпринимательства.

#### ТЕМА 13

1. Волонтерство в социальном бизнесе.
2. Проведите PEST-анализ деятельности Вашей фирмы в области социального предпринимательства.

#### ТЕМА 14

1. Каналы продвижения социальных товаров и услуг.
2. Представьте финансовый план Вашего предприятия в области социального предпринимательства.

#### ТЕМА 15

1. Виды социальной рекламы.
2. Проведите конкурентный анализ М.Портера деятельности Вашей фирмы в области социального предпринимательства.

#### ТЕМА 16

1. Ценовая политика в социальном предпринимательстве.
2. Проанализируйте модель комплекса маркетинга, применяемую Вашей фирмой в области социального предпринимательства.

#### ТЕМА 17

1. Стратегии расширения социального бизнеса.
2. Проанализируйте действующую на Вашем предприятии маркетинговую информационную систему в области социального предпринимательства.

#### ТЕМА 18

1. Методы масштабирования социального бизнеса.
2. Опишите применяемые Вашей фирмой способы (методы) мотивации потребителей социального продукта.

#### ТЕМА 19

1. Тиражирование в социальном предпринимательстве. Социальный франчайзинг.

2. Проанализируйте применяемые Вашей фирмой способы регулирования спроса на товары или услуги.

## ТЕМА 20

1. Оценка социального влияния и экономической эффективности социального проекта.
2. Проведите SWOT-анализ деятельности Вашей фирмы в области социального предпринимательства.

### *Задания контрольной работы для решения стандартных задач*

1. Определите цель и весь спектр задач социального проекта «Турагентство по организации программ детского межрегионального обмена». Ответ обосновать.
2. В чем заключается социальный эффект проекта «Ярмарка обмена ненужными вещами». Ответ обосновать.
3. Опишите инновационную идею реализации проекта «Новая жизнь старых кроссовок», направленного на производство одежды из пластика. Ответ обосновать.
4. Сформулируйте цель и весь спектр задач социального проекта, направленного на помощь детям с ограниченными возможностями здоровья «Шаг за шагом». Ответ обосновать.
5. На решение каких проблем направлен проект под названием «Архи-Ланч», создатели которого решили проводить экскурсии для офисных работников в обеденное время. Прогулки продолжительностью 30-40 минут организуются вокруг офисных и деловых центров. В это время экскурсовод рассказывает участникам историю этих мест, открывая им нечто новое, что ускользало от них в суете рабочих будней. Также, по словам авторов проекта, обеденная экскурсия - это отличный шанс ненадолго отвлечься от надоевших лиц, которые сотрудникам по долгу службы приходится видеть изо дня в день, а также, возможно, приобрести новые знакомства. Ответ обосновать.
6. Напишите, какие ресурсы необходимы для реализации проекта «Социально-ответственное граффити» (привлечение лиссабонскими райтерами местных пенсионеров к стрит-арту на постоянной основе). Ответ обосновать.
7. Каков социальный эффект проекта «Туристическое агентство для людей с ограниченными возможностями»? Описание проекта: в современной России спектр специализированных услуг, предлагаемых людям с ограниченными возможностями, недостаточен. Отечественные турагентства практически не предлагают туров, которые бы учитывали потребности и особенности этой категории граждан. Цель проекта состоит в том, чтобы предложить российским инвалидам-колясочникам

специализированные туры, организаторы которых учитывают все их нужды. Для этого необходимо разработать удобные для этой категории туристов маршруты и составить список доступных объектов для посещения, арендовать соответствующим образом оборудованный транспорт, а также подготовить персонал. Предполагается, что туристическое агентство для инвалидов будет также принимать в нашей стране иностранных граждан. Это обеспечит дополнительный доход, позволяющий предложить российским инвалидам туристические услуги по сниженным, более выгодным расценкам. Ответ обосновать.

8. Каким образом можно продвигать проект «Образовательные пикники "Трава"»? Суть проекта: лекции, мастер-классы, встречи по обмену опытом в парках, скверах, на крышах и на набережных Санкт-Петербурга. А теперь еще и образовательные прогулки. Летом 2014 Ольга Полякова с партнером по проекту - Дашей Смирновой - вдвоем организовали тридцать три встречи, в которых приняло участие девятьсот пятьдесят человек. А весной 2015 года запустили «Траву», сначала в партнерских помещениях: хостелах и кафе, и это были только лекции и мастер-классы в помощь малым проектам. А летом вышли не только в парки, но и на крыши, стали устраивать прогулки с мини-экскурсиями или лекциями по урбанистике. В Санкт-Петербурге уличными мероприятиями занимаются только рискованные организаторы. Всегда может пойти дождь, прогноз меняется несколько раз в день. Может, поэтому раньше никто системно не занимался образовательными пикниками. Еще проблема была в том, что поначалу было не ясно, как отреагируют местные власти на несогласованные встречи. Никаких инвестиций, кроме времени, на небольшие мероприятия не нужно. Поэтому нет необходимости заранее продавать билеты - люди записываются на каждое событие, а потом приходит 50-70% из записавшихся. Ответ обосновать.
9. Можно ли считать проект «Сервис для поиска квалифицированных надомных сиделок престарелым» социально-предпринимательским? Суть проекта: сервис Nonog подбирает пожилым людям надомных сиделок, которые ухаживают за ними, в то время как члены семьи могут отслеживать работу специалистов и быть спокойными за здоровье родителей или бабушек и дедушек. В отличие от сервисов по требованию вроде Uber и Lyft, предоставляющих людям моментальный доступ к работе, Nonog желает, чтобы профессиональные сиделки с минимальной зарплатой в \$15 в час выстраивали длительные отношения с клиентами. Nonog учит их быть готовыми к чужим ожиданиям и подыскивает им пожилых людей, с которыми они могут сработаться. Например, старик, говорящий на мандаринском диалекте китайского может подобрать себе сиделку, которая тоже говорит на китайском. Ответ обосновать.

10. В чем заключается социально-предпринимательский характер проекта «Шапки мира»? Суть проекта: Андрей Попов из Суздаля придумал необычный проект под названием «Шапки мира». Он продает вязаные головные уборы мастериц из деревень. Ответ обосновать.

#### ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Алфавит	Номер варианта	Номер темы для данного варианта	Номер задачи для данного варианта
А	1	1	1
Б	2	2	2
В	3	3	3
Г	4	4	4
Д, Е	5	5	5
Ж, З	6	6	6
И	7	7	7
К	8	8	8
Л	9	9	9
М	10	10	10
Н	11	11	1
О	12	12	2
П	13	13	3
Р	14	14	4
С	15	15	5
Т	16	16	6
У, Ф	17	17	7
Х, Ц, Ч	18	18	8
Ш, Щ	19	19	9
Э, Ю, Я	20	20	10

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Джилл, К., Томас, Л. Социальное предпринимательство. – М.: Альпина Паблишер, 2019
2. Калужский, М.Л. Маркетинговая среда электронной коммерции. – М.: Директ-Медиа, 2017
3. Карпова, С.В., Тюрин, Д.В. Управление маркетингом. – М.: ИТК «Дашков и К», 2017
4. Мазилкина, Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017
5. Мамонтов, С.А., Глебова Н.М., Управление маркетинговыми проектами на предприятии. – М.: ИНФРА-М. - 2015
6. Московская, А.А. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования. - М: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011
7. Сочнева, Е.Н. Социальное предпринимательство. - Красноярск: СФУ, 2016
8. <http://biblioclub.ru/index.php> [дата обращения: 17.04.2023]
9. <http://znanium.com/go.php?id> [дата обращения: 09.04.2023]