

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Кафедра управления и предпринимательства

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического факультета


(подпись) Д.Ю. Брюханов

«12» мая 2021 г.

Рабочая программа дисциплины
«Нетворкинг в бизнесе и предпринимательстве»

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)
«Менеджмент в инновационном и социальном предпринимательстве»

Форма обучения
Очная

Программа одобрена
на заседании кафедры
от «12» мая 2021 г., протокол №9

Программа одобрена НМК
экономического факультета
протокол №6 от «12» мая 2021 г.

Ярославль, 2021

1. Цели освоения дисциплины.

Целями преподавания дисциплины «Нетворкинг в бизнесе и предпринимательстве» являются: развитие понимания компаниями и их сотрудниками всех трудностей, но также и потенциальных возможностей создания и поддержания культуры предпринимательского духа.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Нетворкинг в бизнесе и предпринимательстве» (Б1.В.ДВ.08.01) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплины по выбору. Ее изучение основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных студентами в рамках освоения дисциплин «Лидер-тренинг и командная работа», «Инновационное предпринимательство» и др. Освоение указанных курсов, с одной стороны, подготавливает слушателей к восприятию дисциплины «Нетворкинг в бизнесе и предпринимательстве», а с другой стороны, дополняет знания, навыки и умения, полученные ими в процессе их изучения.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ООП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
Универсальные компетенции		
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.3. Умеет грамотно вести устные деловые разговоры на государственном языке, выбирая коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами	Знать: - основы организации эффективного делового общения, публичных выступлений, проведения переговоров и совещаний, ведения деловой переписки, осуществления электронных коммуникаций и т.д. Уметь: - применять рациональные методы и средства осуществления деловых коммуникаций Владеть навыками: - осуществления организации и поддержания связи с деловыми партнерами

Содержание разделов дисциплины

1. Понятие предпринимательской активности.

Основные понятия. Основные цели нетворкинга. Определение целей и способов деловых знакомств. Построение личной системы нетворкинга. Планирование знакомств и работы с контактами. Поиск целевых мероприятий. Монетизация нетворкинга.

2. Модели предпринимательской активности.

Нетворкинг как система. Типология нетворкеров. Законы установления первого контакта. Правила знакомства с публичными людьми. Законы поддержания разговора. Корпоративный нетворкинг. Нетворкинг в Интернете.

3. Основные этапы предпринимательской активности.

Пошаговый алгоритм: 7 шагов от знакомства до деловых связей. Типичные ошибки. Фразы и связки для вступления в контакт на мероприятиях. Способы вступления в контакт со статусными людьми. В-КО-К-НИ-В – техника поддержания и развития разговора. Приёмы наведения разговора в нужное русло. Создание крючков и зацепок на будущее.

4. Предпринимательская активность и предпринимательская культура.

Техника «5 золотых». Ключевые принципы эффективной самопрезентации. Elevator pitch. Пирамида самопрезентации. Storytelling или презентация в историях.

5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

Академическая лекция – последовательное изложение материала преподавателем, рассмотрение теоретических и методологических вопросов дисциплины в логически выдержанной форме. В процессе лекции преподаватель стимулирует студентов к участию в обсуждении вопросов и высказыванию собственной точки зрения обсуждаемой проблематики. Цели и требования к академической лекции: современный научный уровень, информативность, системное освещение ключевых понятий и положений по соответствующей теме, обзор и оценка существующей проблематики, дача методических рекомендаций студентам для дальнейшего изучения курса.

Практическое (семинарское) занятие – занятие, посвященное практической отработке у студентов конкретных умений и навыков при изучении дисциплины, закреплению полученных на лекции знаний и оценке результатов обучения в процессе текущего контроля.

На первом практическом занятии в вводной части дается первое целостное представление о дисциплине. Студенты знакомятся с назначением и задачами дисциплины, её ролью и местом в образовательной программе. При этом озвучиваются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы. Продолжительность вводной части составляет не более 10-15 минут.

При проведении практических занятий используются такие инновационные методы обучения, как диалог-собеседование, коллективное обсуждение тематических вопросов, разбор практических ситуаций, нормативных документов, теоретических и методических

аспектов по темам дисциплины. Обсуждение и оценка правильности выполненных различного типа заданий, указанных в фонде оценочных средств рабочей программы, производится коллективно студентами под руководством преподавателя.

Консультации – вид учебных занятий, являющиеся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов в течение семестра. На консультациях по инициативе студентов рассматриваются и обсуждаются различные вопросы тематики дисциплины, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

В процессе обучения используются следующие технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии:

Электронный университет Moodle ЯрГУ, в котором присутствуют:

- задания для самостоятельной работы обучающихся по темам дисциплины;
- средства текущего контроля успеваемости студентов (тестирование);
- презентации и тексты лекций по темам дисциплины;
- представлен список учебной литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;
- представлена информация о форме и времени проведения консультаций по дисциплине в режиме онлайн;
- посредством форума осуществляется синхронное и (или) асинхронное взаимодействие между обучающимися и преподавателем в рамках изучения дисциплины.

6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- 1) для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:
 - программы Microsoft Office;
 - Adobe Acrobat Reader DC.
- 2) информационные справочные системы, в т.ч. профессиональные базы данных:
 - справочная правовая система Гарант.

7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

Автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT»
http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0.

— Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491094> (дата обращения: 07.02.2022).

б) дополнительная литература

1. Деловое администрирование предпринимательства : учебное пособие для вузов / Е. М. Белый [и др.] ; под редакцией Е. М. Белого. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14009-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496778> (дата обращения: 07.02.2022).

в) ресурсы сети «Интернет»:

1. Электронный каталог Научной библиотеки ЯрГУ (https://www.lib.uni-yar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php).
2. Электронная библиотечная система (ЭБС) издательства «Юрайт» (<https://www.urait.ru>).
3. Электронная библиотечная система (ЭБС) издательства «Проспект» (<http://ebs.prospekt.org/>).
4. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://elibrary.ru>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа;
- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Автор:

Доцент кафедры управления и
предпринимательства

должность, ученая степень

М.С. Натаров

И.О. Фамилия

**Приложение №1 к рабочей программе дисциплины
«Нетворкинг в бизнесе и предпринимательстве»**

**Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания или иные материалы,
необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности,
характеризующих этапы формирования компетенций**

**1.1 Контрольные задания и иные материалы,
используемые в процессе текущей аттестации**

Вопросы к диалогу-собеседованию по темам 1, 2

1. Какие профессиональные навыки (hard skills), на ваш взгляд, важны для эффективной работы современного управленца? Если бы вы принимали решение о найме руководителя в собственную организацию, какие качества/навыки/принципы вы бы учитывали в первую очередь?

2. Какие навыки (soft skills), на ваш взгляд, важны для эффективной работы современного управленца (перечислите)? Почему, на ваш взгляд, в современном бизнесе особое значение придается именно «мягким навыкам», какие тенденции на это повлияли?

Критерии оценки устного опроса (диалога-собеседования):

Опрос – метод контроля знаний, заключающийся в осуществлении взаимодействия между преподавателем и студентом посредством получения от студента ответов на заранее сформулированные вопросы.

Оценка «отлично» выставляется за полный ответ на поставленный вопрос с включением в содержание ответа лекции, материалов учебников, дополнительной литературы без наводящих вопросов.

Оценка «хорошо» выставляется за полный ответ на поставленный в опрос в объеме лекции с включением в содержание ответа материалов учебников с четкими ответами на наводящие вопросы преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за ответ, в котором озвучено более половины требуемого материала, с положительным ответом на большую часть наводящих вопросов.

Кейс «Чужой среди своих» (по материалам Harvard Business Review Россия)

Петр Шелгунов — глава представительства международной компании DUXX Russia, занимающейся внедрением ERP-систем, понимал, как много в их бизнесе зависит от работы менеджеров по продажам (сейлзов, как их обычно называли в компании). Он всячески холил и лелеял департамент продаж, вольно или невольно подчинив ему все остальные службы, а директор департамента – Виктор Сафонов, стал фактически вторым лицом фирмы. На протяжении всего времени работы DUXX в России компания стремительно развивалась, основное внимание руководителей было сосредоточено на решении текущих задач, а такие направления, как маркетинг и PR практически не были. Фокусная компетенция #2 Что я готов сделать для развития своих компетенций? 6. Развитие с помощью других Действие Результат Сроки реализации Получение опыта от наставника, сокурсника Совместные проекты Обратная связь от преподавателя, наставника 7. Развитие через обучение Обязательные курсы программы обучения Дисциплины по выбору Проектная деятельность Конференции, семинары, тренинги, посещаемые с целью обучения Самообучение (в т.ч. онлайн курсы, чтение дополнительной литературы) 8. Оценка результатов развития Самооценка Оценка

наставника Прогресс по развиваемым компетенциям Дата Подпись сотрудника Подпись наставника сформированы. Со временем стало очевидно, что такое положение дел тормозит рост и затрудняет работу фирмы. Стремясь исправить ситуацию, Петр Шелгунов решает пригласить на должность директора по маркетингу специалиста самого высокого уровня. В итоге решено было остановиться на кандидатуре Дмитрия Обухова, имеющего на рынке репутацию «звезды» в своей области.

Дмитрий Обухов, начиная работать в международной компании DUXX, понимал, что ему придется нелегко. Еще на собеседовании с руководителем российского подразделения Петром Шелгуновым он убедился: маркетинг здесь не в лучшем состоянии. «Тем интереснее будет его отстроить» - подумал тогда Дмитрий.

Затем начались трудовые будни, а с ними – и проблемы. Результатов от Дмитрия требовали немедленных, хотя изначально ни PR, ни маркетинга в компании фактически не было. Труднее всего отношения складывались с Виктором Сафоновым, да и всеми менеджерами по продажам, с которыми требовалось сотрудничать в первую очередь. Поначалу появлению Дмитрия вроде бы обрадовались, и с первых же дней завалили просьбами примерно следующего содержания: опубликовать такую статью, чтобы крупный потенциальный клиент отказался от услуг конкурентов в пользу DUXX; познакомить с «полезным» чиновником высокого ранга и т.п. Выслушав объяснения Дмитрия, что на это ему нужно время и их, менеджеров, помощь, они уходили с кислыми лицами. Дмитрий работал сутки напролет: набирал грамотных специалистов, устанавливал отношения со СМИ, с технической службой и департаментом продаж. Однако наладить взаимодействие с новыми коллегами никак не удавалось: в ответ на все попытки формализовать контакты – наладить документооборот, отчетность, планирование, расстановку приоритетов – все лишь посмеивались. Непростые отношения складывались у Дмитрия и с главой компании. Петр Шелгунов испытывал двойственные чувства в отношении нового директора по маркетингу: трудится не покладая рук, провел несколько важных PR-акций, но все это работа на долгосрочную перспективу, а нужны реальные результаты, способные быстро повлиять на динамику продаж. Руководитель разочарован: пригласили «звезду» с большим опытом, степенью МВА, платят большие деньги – а никаких выдающихся достижений нет.

Виктор Сафонов еще больше обострил ситуацию, выразив Петру Шелгунову мнение своего отдела, что «толку от Обухова никакого», на сотрудничество он не идет, помогать отказывается, требует каких-то отчетов и планов, что совершенно не вписывается в напряженную практическую работу отдела продаж. Фактически Сафонов поставил перед руководителем вопрос об увольнении Дмитрия. «Нанял на свою голову звезду. Как бы коллектив из-за него не растерять, — подумал Шелгунов. У меня, конечно, большие сомнения на счет Обухова. Но сразу увольнять? Слишком примитивное решение...»

Вопросы к кейсу: Как поступить Петру Шелгунову? Дайте вашу оценку ситуации. Какими критериями, на ваш взгляд, необходимо руководствоваться при принятии управленческого решения? Били ли допущены ошибки участниками ситуации – если да, то какие именно?

Групповое проектное задание (темы 3, 4)

Проект «Исследование внешней и внутренней среды организации на примере...»

Содержание

1. Общая информация о компании: история развития, организационно-правовая форма, сфера деятельности, текущее положение на рынке.

2. Внешняя среда организации: анализ экономических, политико-правовых, социальных и технологических факторов, влияющих на развитие компании (с использованием PEST или PESTLE)

3. Внутренняя среда организации: миссия, стратегия, организационная структура, корпоративная культура.

4. Перспективы развития компании: SWOT-анализ с целью «конкурентной разведки».

Требования выполнению работы к оформлению работы и презентации:

1. В проекте участвуют не менее 3-х и не более 5 человек.

2. Может быть выбрана любая реально существующая компания, как российская, так и международная, при условии присутствия на российском рынке. Предприятия малого бизнеса желательно рассматривать только в случае, если имеется возможность ознакомиться с необходимо информацией (так как в открытых источниках её может не быть)

3. Проект оформляется как реферат + презентация (10-15 слайдов).

4. Защита проходит в формате выступлений команд с последующим групповым обсуждением/ответами на вопросы.

Критерии оценки:

1. Соответствие поставленной задаче, содержательная полнота (корректно выбрано предприятие, в работе отражены все пункты) Максимум –5 баллов

2. Актуальность информации, качество аргументации, конкретность фактов. Максимум –5 баллов

3. Качество оформления работы (реферат + слайды). Максимум –5 баллов

4. Выступление команды, ответы на вопросы. Максимум – 5 баллов

1.2 Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации

Зачет по дисциплине «Нетворкинг в бизнесе и предпринимательстве» проводится в устной форме по билетам (два вопроса).

Вопросы к зачету

1. Понятийный аппарат нетворкинга. Основные категории нетворкинга

2. Цели и задачи нетворкинга

3. Управление целями и способами деловых знакомств

4. Личная система нетворкинга и принципы ее построения

5. Принципы монетизации нетворкинга

6. Типология нетворкеров.

7. Законы установления первого контакта

8. Правила знакомства с публичными людьми

9. Законы поддержания разговора

10. Управление беседой

11. Корпоративный нетворкинг: принципы и риски

12. Нетворкинг в Интернете. Нетэтикет

13. Типичные ошибки и узкие места в нетворкинге

14. Алгоритмы трансформации знакомства в деловые связи

15. Правила нетворкинга на мероприятиях

16. Способы вступления в контакт со статусными людьми

17. В-КО-К-НИ-В – техника поддержания и развития разговора

18. Техника «5 золотых»

19. Ключевые принципы эффективной самопрезентации

20. Elevator pitch

21. Пирамида самопрезентации

22. Storytelling или презентация в историях

23. Способы и направления подстройки под собеседника

24. Правило 3-х уровневых общения

25. Подстройка по ценностям или поиск совпадений в нетворкинге

26. Основы метода «Проход по человеку» в нетворкинге

27. Принципы создания карты личности

28. Правила создания ядра нетворкинга

29. Продвижение своих интересов в общении
30. Создание пространства нетворкинга
31. База данных нетворкера
32. Развитие общения после знакомства – темы, подходы, способы
33. Способы работы с контактами и поддержание связей
34. Управление работой с социальными сетями в системе нетворкинга
35. Специфика интернет-общения и общения по телефону для эффективного нетворкинга.

Образец билета

<p style="text-align: center;"> ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова» Кафедра управления и предпринимательства Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент Направленность (Профиль): «Менеджмент в инновационном и социальном предпринимательстве» Дисциплина: «Нетворкинг в бизнесе и предпринимательстве» </p> <p style="text-align: center;">БИЛЕТ № 1</p> <p> 1. Цели и задачи нетворкинга 2. Управление беседой </p>		
Зав. кафедрой управления и предпринимательства		
канд. экон. наук, доцент		Д.Ю. Брюханов

**Приложение №2 к рабочей программе дисциплины
«Нетворкинг в бизнесе и предпринимательстве»
Методические указания для студентов по освоению дисциплины**

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Поэтому необходимо постоянно осуществлять контроль над систематической работой студентов. В начале изучения дисциплины студентам необходимо ознакомиться с содержанием разделов дисциплины, с целями и задачами курса, связями с другими дисциплинами, списком основной и дополнительной литературы, графиком консультаций преподавателя.

Чтение лекций предполагает изложение структуры темы и краткого содержания ее основных вопросов, в основном, сложных для усвоения и (или) имеющих дискуссионный характер. Лекционный курс, в основном, строится на основных положениях в области основ нетворкинга, представленных в научных трудах российских и зарубежных ученых, имеющихся в наличии в библиотеке Университета, ЭБС и упомянутых в списке основной и дополнительной литературы программы. После лекции студенты обращаются к данным источникам для закрепления знаний по рассмотренным на лекции вопросам. В случае затруднения необходимо обратиться за консультацией к преподавателю в соответствии с утвержденным графиком консультаций.

До очередного практического занятия по рекомендованным источникам студентам необходимо проработать теоретический материал, соответствующий теме занятия. При подготовке к практическим занятиям следует использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-правовые акты и комментарии к ним (доступ возможен через сайты справочно-информационных систем КонсультантПлюс, Гарант). На практическом занятии студенты должны принимать активное участие в обсуждении поставленных вопросов, с которыми необходимо ознакомиться заранее.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Нетворкинг в бизнесе и предпринимательстве» состоит в более тщательном изучении предложенного преподавателем теоретического материала, данного на лекциях на основе выложенных в системе Moodle презентаций и дополнительных источников, указанных в списке литературы. Для проверки качества изучения материала к отдельным темам предусмотрены задания для самопроверки.

Задания для самостоятельной работы формулируются на лекциях и практических занятиях. В качестве них дома студентам предлагаются задания, аналогичные разобранным на практических занятиях. Впоследствии эти задания при наличии вопросов со стороны студентов разбираются на последующих занятиях и/или обсуждаются в чате.

Преподаватель оценивает индивидуально работу каждого студента на основании проведенных опросов, выполнения заданий и промежуточных контрольных мероприятий.