



УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

И.В. ГОРИШ, В.Л. ЛОЗИЦКИЙ

ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПРАВА В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

издание 2-ое, исправленное и дополненное

специальности

6-05-0611-01 «Информационные системы и технологии»

Пояснительная записка

Нормативный модуль

- учебная программа дисциплины
- список рекомендуемой литературы и использованных источников
- десятибалльная шкала и показатели оценивания
- вопросы к экзамену

Справочно-информационный модуль

- тезаурус
- глоссарий

Теоретический модуль

- конспект лекций

Практический модуль

- планирование семинарских занятий

Контрольно-диагностический модуль

- тематические тестовые комплексы
- тестовые комплексы обобщение

Пинск
ПолесГУ
2023

ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПРАВА В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

Рассмотрено и утверждено на заседании научно-методического
совета 17.11.2022 г., протокол № 4

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета

_____ Т.А.Ржевская

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

_____ В.Л.Лозицкий

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Электронный учебно-методический комплекс предназначен для подготовки студентов дневной формы обучения общего высшего образования. Он является нормативным документом, которым определяются содержание обучения и устанавливаются требования к объему и уровню подготовки студентов по специальности 6-05-0611-01 "Информационные системы и технологии".

Учебная дисциплина "Основы бизнеса и права в информационных технологиях" изучается студентами общего высшего образования.

Целью курса "Основы бизнеса и права в информационных технологиях" является изучение основ осуществления предпринимательской деятельности, усвоение современного категориального аппарата бизнеса, исследование принципов и законов реализации бизнес-проектов, изучение основ права в сфере информационных технологий.

Предметом учебной дисциплины "Основы бизнеса и права в информационных технологиях" являются особенности бизнеса в сфере IT, а также особенности его организации и правового обеспечения.

Задачи изучения дисциплины определяются требованиями к овладению студентами обобщенными знаниями и умениями, лежащими в основе предметных и операциональных компетенций, характеризующих компетентность выпускника учреждения высшего образования.

Электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК) по учебной дисциплине «Культурология» объединяет в себе модули (нормативный, справочно-информационный; теоретический; практический; контрольно-диагностический), эффективное применение которых в системе организации и при осуществлении процесса обучения студентов УВО будет способствовать решению задач современного высшего образования в данной предметной области.

Электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК) по учебной дисциплине "Основы бизнеса и права в информационных технологиях" структурирован в соответствии с существующими требованиями Положения об электронном учебно-методическом комплексе по дисциплине для учреждений высшего образования Республики Беларусь и включает в себя следующие модули:

– нормативный (содержит документацию, определяющую содержание общего высшего образования в данной предметной области, и иные программно-планирующие и учебно-методические документы: учебная программа, перечень рекомендуемых учебных изданий и информационно-аналитических материалов, вопросы экзамена, десятибалльная шкала оценивания);

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

– справочно-информационный (содержит элементы дидактического обеспечения организации и проведения учебных занятий: тезаурус – понятийно-терминологическое структурирование учебного материала; электронный глоссарий, включающий в себя элементы теоретического знания – понятийно-терминологический аппарат);

– теоретический (содержит электронные материалы лекционного курса, обеспечивающие теоретическое изучение дисциплины в объеме, определяемом требованиями образовательного стандарта и предметной программы);

– практический (включает в себя материалы семинарских занятий);

– контрольно-диагностический (содержит варианты тематических и обобщающих комплексов разноуровневых тестовых заданий – электронный инструментарий, позволяющий осуществлять педагогическую диагностику и контроль с целью определения соответствия результатов учебно-познавательной деятельности студентов требованиям образовательного стандарта и учебной программы).

Содержание ЭУМК по учебной дисциплине ”Основы бизнеса и права в информационных технологиях“ позволяет формировать комплекс профессиональных компетенций, определенных образовательным стандартом, с учетом требований Концепции оптимизации содержания, структуры и объема социально-гуманитарных дисциплин в учреждениях высшего образования. Содержательное наполнение модулей ЭУМК оптимизировано с учетом специфики содержания, дидактической направленности и функции того или иного элемента модуля. Их эффективное применение в системе организации и при осуществлении процесса обучения студентов УВО будет способствовать решению задач современного высшего образования в социально-гуманитарной предметной области.

ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПРАВА В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

НОРМАТИВНЫЙ МОДУЛЬ

Ф 3- 8.3

Учреждение образования "Полесский государственный университет"

(название учреждения высшего образования)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
Учреждения образования
"Полесский государственный
университет"

_____ О.А.Золотарева

(дата утверждения)

Регистрационный № УД-_____/уч.

ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПРАВА В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

(название учебной дисциплины)

**Учебная программа
по учебной дисциплине для специальности:**

6-05-0611-01

"Информационные системы и технологии

(код специальности)

(наименование специальности)

2022

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Учебная программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта **ОСВО 01-40 05 01-2013** по дисциплине "Основы бизнеса и права в информационных технологиях" и учебного плана, регистрационный № 095-20/ уч. от 15.02.2020г.

СОСТАВИТЕЛИ:

Гориш И.В., старший преподаватель кафедры межкультурных коммуникаций
Учреждения образования "Полесский государственный университет"

(И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

Рецензенты:

О.В.Белановская, заведующий кафедрой психологии и педагогического мастерства учреждения образования "Республиканский институт высшей школы", кандидат психологических наук, доцент

И.М.Зборина, доцент кафедры экономики и бизнеса учреждения образования "Полесский государственный университет", кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой межкультурных коммуникаций
(название кафедры-разработчика учебной программы)

(протокол № ____ от _____);

Научно-методическим советом Учреждения образования "Полесский
(название учреждения высшего образования)

государственный университет"

(протокол № ____ от ____ . . _____)

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий библиотекой _____
(подпись)

С.В.Буйницкая
(И.О. Фамилия)

Заведующий кафедрой
межкультурных коммуникаций _____
(подпись)

В.Л.Лозицкий
(И.О. Фамилия)

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины - изучить основы осуществления предпринимательской деятельности в сфере информационно-коммуникационных технологий, усвоить современный категориальный аппарат бизнеса, исследовать принципы и законы реализации бизнес-проектов в сфере ИКТ, изучить основы права в сфере информационных технологий, в результате чего повысить профессиональную подготовку студентов банковского факультета специальности "Информационные системы и технологии (по направлениям)" в области экономической теории и права.

Задачи учебной дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- сущность и формы предпринимательской деятельности;
- способы финансирования создаваемого бизнеса и основы бизнес-планирования;
- основы менеджмента в организации, в том числе управления персоналом;
- основы маркетинга программных продуктов и услуг;
- порядок и формы регистрации бизнеса;
- правовые основы авторского права в сфере информационно-коммуникационных технологий;
- вопросы конфиденциальности и лицензирования;
- основы правового регулирования интернет-пространства;

уметь:

- разрабатывать бизнес-модель для реализации своей предпринимательской инициативы и презентовать ее потенциальным инвесторам;
- определять наиболее подходящие способы финансирования бизнеса и системы расчетов;
- разрабатывать план маркетинговых мероприятий;
- применять нормы авторского и патентного права к конкретным бизнес-ситуациям.

2 Место дисциплины в системе подготовки специалиста

Учебная программа "Основы бизнеса и права в информационных

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

технологиях“ предназначена для подготовки студентов банковского факультета и является нормативным документом, определяющим содержание обучения и устанавливающим требования к объему и уровню подготовки студентов в соответствии с образовательным стандартом и типовым учебным планом по специальности 6-05-0611-01 ”Информационные системы и технологии.

Курс предполагает содержательное пересечение с дисциплинами ”Менеджмент“, ”Маркетинг“.

3 Требования к уровню освоения учебной дисциплины

В результате изучения дисциплины ”Основы бизнеса и права в информационных технологиях“ студент должен закрепить и развить следующие академические (АК), социально-личностные (СЛК) и профессиональные (ПК) компетенции, предусмотренные в образовательном стандарте 01-40 05 01-2013.

а) академические:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;

АК-3. Владеть исследовательскими навыками;

АК-4. Уметь работать самостоятельно;

АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью);

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;

АК-11. Владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации с использованием компьютерной техники;

АК-13. Ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их с учетом рыночной экономики;

АК-14. На научной основе организовывать свой труд, самостоятельно оценивать результаты своей деятельности;

б) социально-личностные:

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям;

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике;

СЛК-6. Уметь работать в команде;

в) профессиональные:

ПК-18. Работать с юридической литературой и трудовым законодательством;

ПК-19. Организовывать работу малых коллективов и исполнителей для достижения поставленных целей;

ПК-28. Разрабатывать бизнес-планы, проводить реорганизацию, инжиниринг бизнес-процессов на основе применения современных программных средств, систем и технологий.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

В ходе изучения дисциплины ”Основы бизнеса и права в информационных технологиях“ студенты обязаны обладать следующими профессиональными компетенциями:

- уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью);
- владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации с использованием компьютерной техники;
- ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их с учетом рыночной экономики;
- быть способным к критике и самокритике.

В результате изучения дисциплины студент должен:

- воспринимать предпринимательство как особый вид инновационной экономической деятельности, основанной на продуктивно-творческой, а не на распределительно-потребительской мотивации;
- приобрести знания и умения, необходимые для реализации бизнес-проектов в сфере информационных технологий;

знать:

- основные направления предпринимательской и методы управленческой деятельности;
- способы организации бизнеса в сфере ИКТ;
- основные методы менеджмента, финансовой деятельности, маркетинга;
- механизм планирования и организации труда разработчиков программного продукта;

уметь:

- организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей;
- организовывать и управлять командной работой;
- разрабатывать, учредительный договор, устав коммерческой организации, составлять бизнес-план;
- организовывать свой труд, самостоятельно оценивать результаты своей деятельности;
- определять наиболее подходящие способы финансирования бизнеса;
- работать с юридической литературой и трудовым законодательством;

владеть:

- исследовательскими навыками;
- междисциплинарным подходом при решении проблем.
- основными приемами межличностной коммуникации;
- методами анализа экономической информации;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- методами организации труда, предпринимательской деятельности.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

В соответствии с учебными планами по дисциплине ”Основы бизнеса и права в информационных технологиях“ всего часов по дисциплине – **172** часа, из них всего аудиторных – **76**, в том числе лекционных - **34**, практических занятий – **42**, в том числе УСР – **20 (10 ч. лекций, 10 ч. семинарских занятий)**.

Форма получения высшего образования – **дневная**.

На лекциях студентам предлагается рассмотреть бизнес как экономический, так и социокультурный феномен, ознакомиться с основными направлениями предпринимательской и методами управленческой деятельности, с основными методами менеджмента, финансовой деятельности, маркетинга, с основными этапами организации бизнеса и основами осуществления коммерческой деятельности в сетях, изучить процесс производства и реализации программного продукта, исследовать источники правовой информации и требования к управленческой и предпринимательской деятельности. Акцент при этом, исходя из специальности студентов, делается на сферу информационно-коммуникационных технологий.

На практических занятиях студенты научатся составлять учредительный договор, разрабатывать устав коммерческой организации, составлять бизнес-план, представлять свои бизнес-проекты на тематических выставках, форумах и конкурсах.

При изучении курса используются учебно-наглядные пособия: презентации, учебные фильмы.

Контроль усвоения знаний осуществляется посредством письменных или устных опросов, тестирования, работы в группах, экзамена.

Формы текущей аттестации по дисциплине: устный и письменный опрос, тестирование.

К экзамену допускаются студенты, успешно выполнившие программу по дисциплине.

Дисциплина изучается в 5 семестре.

Контроль усвоения знаний: оценка учебных достижений студентов осуществляется по 10-балльной шкале, утвержденной Министерством образования Республики Беларусь, в соответствии с критериями оценки результатов учебной деятельности обучающихся в учреждениях высшего образования (Письмо Министерства образования Республики Беларусь от 28.05.2013 г. № 09-10/53-ПО).

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1 ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ БИЗНЕСА

ТЕМА 1.1 ПОНЯТИЯ ”ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО“ И ”БИЗНЕС“. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ИКТ)

Понятия ”предпринимательство“ и ”бизнес“. Категориальное пространство современной теории предпринимательской деятельности (бизнес-среда, бизнес-сообщество, капитал, капитализм, рынок, предприниматель, потребитель). Социальные функции бизнеса в современном обществе. Преимущества и выгоды ведения предпринимательской деятельности, истории успеха. Приоритеты и особенности мышления предпринимателя.

Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Информационный риск. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности. Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.

ТЕМА 1.2 ОСМЫСЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НАУЧНОЙ И УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

М. Вебер ”Протестантская этика и ”дух капитализма“. В. Зомбарт ”Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности“, ”Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека“. А. Смит ”Исследование о природе и причинах богатства народов“. Р. Кантильон ”Очерк о природе коммерции“. Ж.Б.Сэй ”Трактат по политической экономии“. К. Рэндолл ”Кредо свободного предпринимательства“. Й. Шумпетер ”Теория экономического развития“. Сильвестр ”Домострой“. С.Н. Булгаков ”Философия хозяйства“, ”Православие. Очерки учения Православной Церкви“. П. Савицкий ”Хозяин и хозяйство“. О. Платонов ”Экономика русской цивилизации“. Н.Н. Зарубина ”Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства“. Р. Апресян ”Ценностные контроверзы предпринимательства“. В. Орлов ”Философия бизнеса в обществах переходного типа“.

ТЕМА 1.3 БИЗНЕС И ТЕОРИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Основные подходы к определению деятельности, ее структура. Многофункциональная структура бизнес-деятельности. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве. Социальная ответственность бизнеса. Дискуссии о социальной ответственности бизнеса.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ТЕМА 1.4 МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Межкультурная коммуникация в бизнесе как оптимизация деловых контактов. Формы межкультурной коммуникации. Состав типичной межкультурной бизнес-коммуникации в практике.

Информационная культура. Этические нормы информационной деятельности человека. Правовая охрана программ и данных. Конфиденциальность и защита информации (защита доступа к компьютеру, защита программ от нелегального копирования и использования, шифрование данных, защита информации в Интернете).

РАЗДЕЛ 2 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ ИКТ

ТЕМА 2.1 ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА ФРИЛАНСЕРА

Понятие фриланса, ИТ-фриланс. Сравнение официального трудоустройства и фриланса, преимущества и недостатки. Фриланс-сервисы, понятие фриланс-сделки, оценка профессиональных навыков фрилансера. Фриланс как способ ухода от уплаты налогов, методы поиска и борьбы с фрилансом в Республике Беларусь.

ТЕМА 2.2 ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ

Этапы разработки программных продуктов. Разработка программного обеспечения как бизнес-процесс. Инфраструктура ИТ-отделов, команд, роли сотрудников. Основные типы программного обеспечения, специфика разработки, стоимость. Средства, сервисы и продукты оптимизации процесса разработки программного обеспечения. Услуги аутсорсинга и консалтинга в ИТ.

ТЕМА 2.3 МЕХАНИЗМЫ МОТИВАЦИИ В ИТ-БИЗНЕСЕ

Роль мотива и мотивации в предпринимательской деятельности. Механизм мотивации. Мотивация в ИТ-бизнесе. Потребности. Стимул. Мотивационное ядро личности. Факторы мотивации. Мотивация персонала. Мотивы труда. Соотношение мотива и стимула. Управление персоналом в сфере информатизации.

РАЗДЕЛ 3 ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ ИКТ

ТЕМА 3.1 ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ БИЗНЕСА

Понятие организационно-правовой формы. Индивидуальные предприниматели как субъекты хозяйственной деятельности. Юридические лица. Понятие и виды. Порядок создания. Государственная регистрация.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Закрытые и открытые акционерные общества, общества с ограниченной и дополнительной ответственностью как субъекты хозяйственной деятельности. Хозяйственные товарищества, производственные кооперативы и унитарные предприятия как субъекты хозяйственной деятельности.

ТЕМА 3.2 УЧРЕДИТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА

Основные виды учредительных документов. Учредительный договор как документ предприятия. Договор о создании. Договор об учреждении. Структура и содержание учредительного договора. Форма учредительного договора. Устав предприятия: сущность, разделы, реквизиты. Цели устава. Устав ЧУП и ООО. Основные компоненты устава. Уставный капитал.

ТЕМА 3.3 ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ СЕКТОРА ИКТ

Финансовая деятельность, ее значение. Финансовое планирование и прогнозирование в организациях сектора ИТК. Виды финансового контроля. Формы финансового контроля. Основные методы финансового контроля.

ТЕМА 3.4 ЛИКВИДАЦИЯ И РЕОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ликвидация: понятие и виды. Причины ликвидации. Банкротство: характеристика, причины, процесс. Порядок ликвидации. Ликвидационная комиссия. Реорганизация предприятия: понятие и формы. Цели реорганизации. Передаточный акт и разделительный баланс.

ТЕМА 3.5 ПРИМЕНЕНИЕ АВТОРСКОГО И ПАТЕНТНОГО ПРАВА ДЛЯ ЗАЩИТЫ ИТ-БИЗНЕСА

Объекты авторского права и смежных прав (литературные, художественные, научные произведения, компьютерные программы, базы данных, музыкальные произведения, исполнительская деятельность артистов, аудио- и видеозаписи, радио- и телевизионные передачи и др.). Средства индивидуализации в предпринимательской деятельности (фирменные наименования, коммерческое обозначение, товарные знаки и знаки обслуживания).

Субъекты авторского права и смежных прав. Принципы и условия возникновения, реализации и защиты авторских и смежных прав.

Служебные объекты авторского права. Системы выдачи охранных документов. Условия патентоспособности объектов промышленной собственности.

Авторский договор. Составление и оформление авторского договора.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ТЕМА 3.6 КОММЕРЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В СФЕРЕ ИТ

Основные формы передачи прав на объекты интеллектуальной собственности. Классификация договоров, их структура и содержание. Лицензионный договор. Виды лицензий. Организация работ по продаже лицензий. Договор уступки, инжиниринга, франчайзинга. Государственная регистрация договоров.

ТЕМА 3.7 БИЗНЕС-ПЛАН: ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Понятие бизнес-плана. Назначение бизнес-плана. Цели и задачи бизнес-плана. Виды бизнес-плана. Требования, предъявляемые к бизнес-плану. Основные структурные элементы. Содержание разделов. Особенности составления отдельных частей бизнес-плана: маркетинга, операционной, организационной и финансовой. Оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта. Особенности оформления бизнес-плана.

ТЕМА 3.8 ПОДГОТОВКА ПРЕЗЕНТАЦИИ БИЗНЕС-ПЛАНА И ПИТЧА

Контекст и цели презентации бизнес-плана. Требования, предъявляемые к презентации. Структура презентации. Стендап-презентация. Визитки. Условия "идеального" питча (презентация для лифта). Учет особенностей аудитории. Особенности основной презентации.

РАЗДЕЛ 4 МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ ИКТ

ТЕМА 4.1 РЫНОК ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ

Категориальное пространство рынка информационных услуг и продуктов. Структура рынка информационных продуктов и услуг. Секторы и элементы рынка информационных продуктов и услуг. Интерактивные информационные услуги. Потребители информационных ресурсов и их информационные потребности. Источники и поставщики информационных ресурсов.

ТЕМА 4.2 ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТЯХ

Электронная предпринимательская деятельность, ее признаки. Электронные торговые площадки. Предложение товаров в сетях. Реклама в сетях. Типичные ошибки в рекламе. Принципы эффективной рекламы. Интернет-маркетинг. Электронная продажа товаров. Продажа товаров дистанционным способом. Средства и системы платежей. Электронный бизнес и электронная коммерция. Категории электронного бизнеса. Системы электронной коммерции. Формы электронной коммерции.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ТЕМА 4.3 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ В ОБЛАСТИ ИКТ

Маркетинговые стратегии. Построение партнерской маркетинговой сети. Построение отделов маркетинга и продаж. Методики эффективных продаж. Групповые презентации коммерческих предложений

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Ф 13 – 6.3 – 01

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов*					Количество часов УСР	Форма контроля
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ БИЗНЕСА							
1.1	Понятия "предпринимательство" и "бизнес". Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)	2	2					Подготовка конспекта
1.2	Осмысление предпринимательства в научной и учебной литературе	2	4					Выступления
1.3	Бизнес и теория деятельности	2	2					Дискуссия
1.4	Межкультурные аспекты ведения бизнеса		2				2лек	Письменный опрос Контрольная точка 1 Подготовка конспекта
2	МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ ИКТ							
2.1	Планирование и организация труда фрилансера	2	2					Устный опрос
2.2	Этапы разработки программных продуктов		2				2лек	Подготовка конспекта
2.3	Механизмы мотивации в ИТ-бизнесе	2					2сем	Подготовка конспекта
3	ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ ИКТ							
3.1	Организационно-правовые формы бизнеса	2	2					Устный опрос Контрольная точка 2
3.2	Учредительные документы юридического лица	2	2				2сем	Разработка учредительного документа
3.3	Финансовая деятельность организации сектора ИКТ		2				2лек	Устный опрос Подготовка конспекта
3.4	Ликвидация и реорганизация коммерческих предприятий		2				2лек	Выступления Подготовка конспекта
3.5	Применение авторского и патентного права для защиты ИТ-бизнеса	2	2					Письменный опрос
3.6	Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности в сфере ИКТ		2				2лек	Подготовка конспекта
3.7	Бизнес-план: понятие, структура, цели и задачи	2	2				2сем	Разработка бизнес-плана
3.8	Подготовка презентации бизнес-плана и питча						2сем	Подготовка презентации
4	МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ ИКТ							

ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПРАВА В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

4.1	Рынок информационных услуг и продуктов	2	2					Выступления
4.2	Организация коммерческой деятельности в сетях	2					2сем	Создание рекламы
4.3	Организация продаж в области ИКТ	2	2					Тестирование Контрольная точка 3
	Итого	24	32				10 (лек) 10 (сем)	Экзамен
*Возможно проведение лекционных, практических и семинарских занятий с использованием платформы MOODL или Microsoft Teams								

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1 Перечень основной и дополнительной литературы:

Основная литература

1. Авторские публикации по электронной коммерции [Электронный ресурс] / Курс лекций по электронной коммерции Республика Беларусь. – Режим доступа: <http://ecommercelaw.ru/books/kurs-lekcij-po-jelektronnoj-kommercii-respublika-belarus.html>. – Дата доступа: 22.05.2022
2. Мир права [Электронный ресурс]/ Гражданский кодекс Республики Беларусь 7 декабря 1998 г. № 218-3. – Режим доступа: http://www.pravo.by/world_of_law/text.asp?RN=Hk9800218. – Дата доступа: 23.04.2022.
3. Боброва, О. С. Основы бизнеса : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 330 с.
4. Дехтярь, Г.М. Правовые основы бизнеса. Учебное пособие. / Г.М. Дехтярь. – М. : Прспект, 2020. – 336 с.
5. Гориш, И.В. Инновационная компетентность субъектов предпринимательской деятельности / И.В. Гориш // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы : сборник трудов XV международной научно-практической конференции, Пинск, 23 апреля 2021 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.] ; редкол.: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2021. – С. 8-9.
6. Гориш, И.В. К проблеме моральной мотивации субъектов предпринимательской деятельности / И.В. Гориш // Банковская система: устойчивость и перспективы развития : сборник научных статей XII Международной научно-практической конференции по вопросам банковской экономики, Пинск, 29 октября 2021 г. : в 2 ч. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.] ; редкол.: В.И. Дунай [и др.] – Пинск : ПолесГУ, 2021. – Ч. 2. – С. 6-9.
7. Гориш, И.В. Философия бизнеса: Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям для студентов всех форм обучения / И.В. Гориш. – Пинск: ПолесГУ, 2013. – 61с. <https://rep.polessu.by/handle/123456789/360>
8. Гориш, И.В. Основы бизнеса и права в информационных технологиях. Электронный учебно-методический комплекс / И.В. Гориш, В.Л. Лозицкий // E-Learning «Полесский государственный университет». Учебные курсы Moodle [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://194.158.204.219/moodle>. – Дата доступа: 23.04.2022.
9. Лапуста, М.Г. Предпринимательство : учебник по управленческим дисциплинам / М. Г. Лапуста. - изд., испр. . - М. : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.
10. Саврушева, М. Философия бизнеса. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Библиотека Гумкр. – Режим доступа: https://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/savrush/index.php. – Дата доступа: 23.05.2022.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

11. Закон Республики Беларусь №813-ХІІ от 28.05.1991г. ”О предпринимательстве в Республике Беларусь“ // ВВС РБ, 1991, №19.

Дополнительная литература

12. Вашко, И.М. Экономика инноваций : пособие : рекомендовано Учебно-методическим объединением по образованию в области управления для студентов учреждений высшего образования, осваивающих образовательную программу высшего образования I ступени по специальности 1 26 01 03 государственное управление и экономика / И. М. Вашко ; Академия управления при Президенте Республики Беларусь. - Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2021.

13. Гориш, И.В. Предпринимательство сквозь призму православных ценностей / И.В. Гориш // Христианство как интегрирующий фактор мировой культуры. Сборник докладов XXIV международных Кирилло-Мефодиевских чтений / ГУО «Институт теологии имени святых Мефодия и Кирилла» Белорусского государственного университета: редакторы-составители: С. И. Шатравский, священник Святослав Рогальский. – Мн.: издательство 2019. – С. 282-285.

14. Гориш, И.В. Этическое измерение предпринимательства /И.В. Гориш/ Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сборник трудов XIV международной научно-практической конференции, УО «Полесский государственный университет», г. Пинск, 24 апреля 2020 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2020. – С. 174-176

15. Дерен, В.И. Экономика и международный бизнес : учебник и практикум: рекомендовано учебно-методическим отделом высшего образования для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям / В. И. Дерен, А. В. Дерен. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : ЮРАЙТ, 2021. - 326 с.

16. Каменнова, М.С. Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям : рекомендовано Учебно-методическим отделом. Ч. 1 / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. - М. : ЮРАЙТ, 2022. - 282 с.

17. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по неэкономическим специальностям : допущено Министерством образования Республики Беларусь / ред.: В. Л. Ключня, Н. В. Бордачева. - Минск : Издательский центр БГУ, 2019.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

18. Отечественные записки [Электронный ресурс] / Зарубина, Н. Этика предпринимательства в русской культуре. – Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/?numid=5&article=269>. – Дата доступа: 13.05.2022.

19. Подбиралина, Г.В. Малый и средний бизнес зарубежных стран и России : учебник для направлений бакалавриата и магистратуры "Экономика" : рекомендовано Экспертным советом УМО в системе ВО и СПО / Г. В. Подбиралина, Т. Е. Мигалева. - М. : КНОРУС, 2021. - 202 с.

20. Филимонова, Н.М. Экономика и организация малого и среднего бизнеса : учебное пособие: допущено Советом Учебно-методического объединения по образованию в области менеджмента для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки бакалавриата 38.03.01 "экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление" / Н. М. Филимонова, Н. В. Моргунова, Е. С. Ловкова. - 2-е изд., доп. - М. : ИНФРА-М, 2020. - 222 с.

2 Технологии и методы обучения

Среди эффективных педагогических методик и технологий, которые способствуют вовлечению студентов в обучение и самостоятельного выполнения разнообразных задач, следует выделить:

- технологии проблемно-модульного обучения;
- технологии частично-поисковой деятельности;
- коммуникативные технологии (дискуссии и др.);
- информационно-коммуникационные технологии (презентации, мультимедиа и др.);
- игровые технологии.

Для управления учебным процессом и организации контрольно-оценочной деятельности рекомендуется использовать рейтинговые, системы оценки учебной деятельности студентов, управляемую самостоятельную работу, учебно-методические комплексы.

В целях формирования профессиональных компетенций выпускника вуза в практику проведения лекционных, практических семинарских занятий целесообразно внедрять методики активного обучения (семинар, дискуссия, диспут и др.) и нетрадиционные формы организации учебных занятий (деловые игры, круглые столы и др.).

3 Перечень средств диагностики результатов учебной деятельности:

В целях стимулирования познавательной активности и организации работы студентов в течение семестра рекомендуется использование модульно-рейтинговой системы оценки.

Промежуточный контроль проводится после изложения теоретического

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

материала по соответствующему разделу, модулю на семинарских занятиях. Итоговая оценка учебных достижений студента осуществляется на экзамене (зачете).

Для текущего контроля качества усвоения знаний студентами используется следующий диагностический инструментарий:

1. Устная форма.
2. Письменная форма.

К устной форме диагностики компетенций относятся:

1. Выступления
2. Круглый стол
3. Доклады на конференциях

К письменной форме диагностики компетенций относятся:

1. Тесты
2. Контрольные работы
3. Публикации тезисов, статей
4. Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы

К технической форме диагностики компетенций относятся:

1. Электронные тесты.
 - тесты, контрольные работы, письменные или устные опросы, выступления, работа в группах.
 - сдача экзамена (зачета) по дисциплине.

В соответствии с Положением "О рейтинговой системе оценки знаний в Учреждении образования "Полесский государственный университет" от 23.01.2017 успеваемость обучающихся по дисциплине "Основы бизнеса и права в информационных технологиях" оценивается в ходе текущего (модульного) контроля и текущей аттестации.

Текущий (модульный) контроль знаний предназначен для регулярной и систематической проверки знаний студентов во время занятий и по итогам самостоятельной работы студентов. Он осуществляется в течение семестра после изучения соответствующих тем.

Текущий (модульный) контроль осуществляется в виде устных (работа в группах), письменных контрольных работ и тестирования.

Предусмотрено три контрольных точки:

1. контрольная точка – письменная контрольная работа;

Примерный перечень вопросов:

1. М. Вебер "Протестантская этика и "дух капитализма".
2. В. Зомбарт "Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности", "Буржуа: этюды по истории духовного развития

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

современного экономического человека“.

3. А. Смит ”Исследование о природе и причинах богатства народов“.
4. Р. Кантильон ”Очерк о природе коммерции“.
5. Ж.Б.Сэй ”Трактат по политической экономии“.
6. К. Рэндолл ”Кредо свободного предпринимательства“.
7. Й. Шумпетер ”Теория экономического развития“.
8. Сильвестр ”Домострой“.
9. С.Н. Булгаков ”Философия хозяйства“, ”Православие. Очерки учения Православной Церкви“.
10. П. Савицкий ”Хозяин и хозяйство“.
11. О. Платонов ”Экономика русской цивилизации“.
12. Н.Н. Зарубина ”Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства“.
13. Р. Апресян ”Ценностные контрверзы предпринимательства“.
14. В. Орлов ”Философия бизнеса в обществах переходного типа“.
15. Основные подходы к определению деятельности, ее структура. Многофункциональная структура бизнес-деятельности.
16. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве.
17. Социальная ответственность бизнеса.
18. Дискуссии о социальной ответственности бизнеса.
19. Межкультурная коммуникация в бизнесе как оптимизация деловых контактов.
20. Формы межкультурной коммуникации.
21. Состав типичной межкультурной бизнес-коммуникации в практике.
22. Информационная культура.
23. Этические нормы информационной деятельности человека.
24. Правовая охрана программ и данных.
25. Конфиденциальность и защита информации (защита доступа к компьютеру, защита программ от нелегального копирования и использования, шифрование данных, защита информации в Интернете).

2. контрольная точка – устный опрос (работа в группах);

Примерный перечень вопросов:

1. Понятие фриланса, ИТ-фриланс.
2. Сравнение официального трудоустройства и фриланса, преимущества и недостатки.
3. Фриланс-сервисы, понятие фриланс-сделки, оценка профессиональных навыков фрилансера.
4. Фриланс как способ ухода от уплаты налогов, методы поиска и

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

борьбы с фрилансом в Республике Беларусь.

5. Этапы разработки программных продуктов.
6. Разработка программного обеспечения как бизнес-процесс. Инфраструктура ИТ-отделов, команд, роли сотрудников.
7. Основные типы программного обеспечения, специфика разработки, стоимость.
8. Средства, сервисы и продукты оптимизации процесса разработки программного обеспечения.
9. Услуги аутсорсинга и консалтинга в ИТ.
10. Понятие организационно-правовой формы.
11. Индивидуальные предприниматели как субъекты хозяйственной деятельности.
12. Юридические лица. Понятие и виды. Порядок создания. Государственная регистрация.
13. Закрытые и открытые акционерные общества, общества с ограниченной и дополнительной ответственностью как субъекты хозяйственной деятельности.
14. Хозяйственные товарищества, производственные кооперативы и унитарные предприятия как субъекты хозяйственной деятельности.

3. контрольная точка – тестирование;

Примерный перечень вопросов:

1. Категориальное пространство рынка информационных услуг и продуктов. Структура рынка информационных продуктов и услуг.
2. Секторы и элементы рынка информационных продуктов и услуг. Интерактивные информационные услуги.
3. Потребители информационных ресурсов и их информационные потребности.
4. Источники и поставщики информационных ресурсов.
5. Электронная предпринимательская деятельность, ее признаки. Электронные торговые площадки. Предложение товаров в сетях.
6. Реклама в сетях. Типичные ошибки в рекламе.
7. Принципы эффективной рекламы.
8. Интернет-маркетинг.
9. Средства и системы платежей.
10. Электронный бизнес и электронная коммерция.
11. Системы электронной коммерции. Формы электронной коммерции.
12. Маркетинговые стратегии.
13. Построение партнерской маркетинговой сети.
14. Построение отделов маркетинга и продаж.
15. Методики эффективных продаж.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

16. Групповые презентации коммерческих предложений.

* Пример расчёта итоговой (результатирующей отметки)

1 Итоговая (результатирующая) отметка по дисциплине – 8

Отметка текущего контроля – 9, весовой коэффициент текущего контроля – 0,5;

Отметка текущей аттестации (экзаменационная оценка) – 7, весовой коэффициент текущей аттестации – 0,5;

Итоговая (результатирующая) отметка по дисциплине равна: $9 \times 0,5 + 7 \times 0,5 = 8$

Текущая аттестация представляет собой экзамен (в соответствии с учебным планом и учебно-методической картой) в сессионный период по дисциплине.

Основными критериями, характеризующими уровень компетентности студентов при оценке результатов текущего (модульного) контроля по дисциплине "Культурология", являются:

- полнота и своевременность выполнения контрольных точек;
- глубина и характер знаний учебного материала по содержанию учебной дисциплины;
- умение анализировать явления, изучаемые в их взаимосвязи и развития;
- характер ответов на поставленные вопросы (четкость, лаконичность, логичность, последовательность и т.д.);
- умение применять теоретические положения при решении практических задач.

Оценка результатов текущего (модульного) контроля проводится в процентах от количества баллов, выделенных на задание, с округлением до целого числа, по следующим критериям:

0% – задание не выполнено;

40% – задание выполнено частично и содержит существенные ошибки методического характера;

60% – задание выполнено полностью, но содержит существенные ошибки в методике;

80% – задание выполнено полностью и в срок, однако содержит отдельные несущественные недостатки (размерности, выводы, оформление и т.д.);

100% – задание выполнено правильно, вовремя и без замечаний.

В случае получения неудовлетворительной (ниже 4 баллов) оценки по текущему (модульному) контролю, обучающийся не допускается к текущей аттестации.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Итоговая (результатирующая) оценка по дисциплине является интегральным показателем, формируемым на основе оценки знаний студента в ходе текущего контроля и текущей аттестации. Итоговая отметка по дисциплине предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине.

Вклад текущего контроля в итоговую (результатирующую) отметку по дисциплине составляет 50%, текущей аттестации 50%.

Итоговая (результатирующая) отметка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и экзаменационной оценки с учетом их весовых коэффициентов и использования правил математического округления.

4 Примерный перечень заданий управляемой самостоятельной работы

Управляемая самостоятельная работа студента по дисциплине "Основы бизнеса и права в информационных технологиях" направлена на формирование навыков разработки программы мероприятий, направленных на повышение мотивации к труду и увеличение производительности ИТ-команды, составления учредительного договора, устава коммерческой организации, бизнес-плана, на углубленное теоретическое изучение организации коммерческой деятельности в сетях, приобретение опыта по созданию рекламы.

№ п/п	Название раздела темы	Перечень заданий и контрольных мероприятий УСР	Формы контроля
1	Тема 1.4 Межкультурные аспекты ведения бизнеса (2л)	Подготовка краткого конспекта с изложением следующих вопросов: 1. Межкультурная коммуникация в бизнесе как оптимизация деловых контактов. 2. Формы межкультурной коммуникации. 3. Состав типичной межкультурной бизнес-коммуникации в практике. 4. Информационная культура. 5. Этические нормы информационной деятельности человека.	Письменный опрос на аудиторных занятиях
2	Тема 2.2 Этапы разработки программных продуктов (2л)	Подготовить презентацию (не менее 25 слайдов) с отражением следующих вопросов: 1. Основные типы программного обеспечения, специфика разработки, стоимость. 2. Средства, сервисы и продукты оптимизации процесса разработки программного обеспечения. 3. Услуги аутсорсинга и консалтинга в ИТ.	Демонстрация презентации
3	Тема 2.3 Механизмы мотивации в	Подготовка краткого конспекта с изложением следующих вопросов:	Письменный опрос на

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

	ИТ-бизнесе (2с)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мотивация персонала. 2. Мотивы труда. Соотношение мотива и стимула. 3. Управление персоналом в сфере информатизации. <p>Разработать программу мероприятий, направленных на повышение мотивации к труду и увеличение производительности работы ИТ-команды.</p>	аудиторных занятиях
4	Тема 3.2 Учредительные документы юридического лица (2с)	Составить учредительный договор коммерческой организации, устав частного унитарного предприятия (общества с ограниченной ответственностью).	Защита проекта
5	Тема 3.3 Финансовая деятельность организации сектора ИКТ (2л)	<p>Подготовка краткого конспекта с изложением следующих вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Финансовая деятельность, ее значение. 2. Финансовое планирование и прогнозирование в организациях сектора ИТК. 3. Виды финансового контроля. 4. Формы финансового контроля. 5. Основные методы финансового контроля. 	Выступления на аудиторных занятиях
6	Тема 3.4 Ликвидация и реорганизация коммерческих предприятий (2л)	Составить памятку-схему по ликвидации и реорганизации предприятий	Защита проекта
7	Тема 3.6 Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности в сфере ИКТ (2л)	<p>Подготовка краткого конспекта с изложением следующих вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные формы передачи прав на объекты интеллектуальной собственности. 2. Классификация договоров, их структура и содержание. 3. Лицензионный договор. Виды лицензий. 4. Организация работ по продаже лицензий. 5. Договор уступки, инжиниринга, франчайзинга. 6. Государственная регистрация договоров. 	Выступления на аудиторных занятиях
8	Тема 3.7 Бизнес-план: понятие, структура, цели и задачи (2с)	Разработать и представить бизнес-план коммерческой организации.	Защита проекта
9	Тема 3.8 Подготовка презентации бизнес-плана и питча (2с)	Подготовить презентацию бизнес-плана коммерческой организации, разработать содержание питча.	Защита проекта
10	Тема 4.2 Организация коммерческой деятельности в сетях (2с)	<p>Подготовка краткого конспекта с изложением следующих вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Реклама в сетях. Типичные ошибки в рекламе. 2. Принципы эффективной рекламы. 	Демонстрация рекламы

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

		3. Интернет-маркетинг. Создать рекламный ролик, рекламный проспект, рекламный слоган.	
	ВСЕГО		20

5 **Примерный перечень лабораторных работ** (по данной дисциплине не предусмотрено)

6 **Примерный перечень семинарских занятий**

1. Понятия "предпринимательство" и "бизнес". Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)
2. Осмысление предпринимательства в научной и учебной литературе
3. Бизнес и теория деятельности
4. Межкультурные аспекты ведения бизнеса
5. Планирование и организация труда фрилансера
6. Этапы разработки программных продуктов
7. Организационно-правовые формы бизнеса
8. Учредительные документы юридического лица
9. Финансовая деятельность организации сектора ИКТ
10. Ликвидация и реорганизация коммерческих предприятий
11. Применение авторского и патентного права для защиты ИТ-бизнеса
12. Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности в сфере ИКТ
13. Бизнес-план: понятие, структура, цели и задачи
14. Рынок информационных услуг и продуктов
15. Организация продаж в области ИКТ

16. **Примерный перечень практических занятий** (по данной дисциплине не предусмотрено)

17. **Примерный перечень реферативных работ**

1. Преимущества и выгоды ведения предпринимательской деятельности, истории успеха.
2. Приоритеты и особенности мышления предпринимателя.
3. Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).
4. Сущность информационного риска.
5. Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.
6. Понятие капиталистического духа в работе М. Вебера "Протестантская этика и "дух капитализма".

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

7. Проблемы взаимовлияния капиталистического духа и капитализма в работах В. Зомбарта.
8. Личность буржуа в произведении В. Зомбарта "Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека".
9. Духовные характеристики современного экономического человека.
10. А. Смит о природе капитала, его накоплении и применении.
11. Сущность и функции предпринимательства в труде Ж. Б. Сэя "Трактат по политической экономии".
12. Честность как неотъемлемое качество предпринимателя в работе К. Рендолла "Кредо свободного предпринимательства".
13. Характеристика предпринимательства, предлагаемая Й. Шумпетером.
14. "Домострой": правила ведения хозяйства.
15. Хозяйственный аскетизм и хозяйственный эгоизм как модели хозяйствования в произведениях С.Н. Булгакова.
16. Предприниматель как добрый хозяин в работе П. Савицкого "Хозяин и хозяйство".
17. Основные черты русской цивилизации и ее самобытность в произведении О. Платонова "Экономика русской цивилизации".
18. Рассмотрение предпринимательства в работах Н.Н. Зарубиной.
19. Принципы православия и капитализм: вероятность или невозможность совмещения.
20. Социально-этическая ответственность предпринимателя в статье Р. Апресяна "Ценностные контрверзы предпринимательства".
21. Практическое значение монографии В. Орлова "Философия бизнеса" для улучшения бизнес-климата в Беларуси.
22. Основные подходы к определению деятельности, ее структура.
23. Многофункциональная структура бизнес-деятельности.
24. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве.

9. Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Сравнительный анализ понятий "предпринимательство" и "бизнес".
2. Предпринимательство как культурно-цивилизационный феномен.
3. Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникационных технологий.
4. Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.
5. Осмысление предпринимательства в зарубежной научной и учебной литературе.
6. Осмысление предпринимательства в российской и белорусской научной и учебной литературе.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

7. Основные характеристики деятельности, ее структура и виды.
8. Многофункциональная структура бизнес-деятельности.
9. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве.
10. Социальная ответственность бизнеса. Дискуссии о социальной ответственности.
11. Межкультурная коммуникация в бизнесе как оптимизация деловых контактов.
12. Формы межкультурной коммуникации.
13. Информационная культура.
14. Этические нормы информационной деятельности человека.
15. Правовая охрана программ и данных.
16. Конфиденциальность и защита информации (защита доступа к компьютеру, защита программ от нелегального копирования и использования, шифрование данных, защита информации в Интернете).
17. Понятие фриланса, ИТ-фриланс.
18. Сравнение официального трудоустройства и фриланса, преимущества и недостатки.
19. Фриланс-сервисы, понятие фриланс-сделки, оценка профессиональных навыков фрилансера.
20. Фриланс как способ ухода от уплаты налогов. Методы поиска и борьбы с фрилансом в Республике Беларусь.
21. Этапы разработки программных продуктов. Разработка программного обеспечения как бизнес процесс.
22. Инфраструктура ИТ-отделов, команд, роли сотрудников.
23. Основные типы программного обеспечения, специфика разработки, стоимость.
24. Средства, сервисы и продукты оптимизации процесса разработки программного обеспечения.
25. Услуги аутсорсинга и консалтинга в ИТ.
26. Роль мотива и мотивации в предпринимательской деятельности.
27. Мотивация в ИТ-бизнесе. Факторы мотивации.
28. Принуждение, формы принуждения.
29. Управление персоналом в сфере информатизации.
30. Индивидуальные предприниматели как субъекты хозяйственной деятельности.
31. Юридические лица. Понятие и виды.
32. Юридические лица. Порядок создания. Государственная регистрация.
33. Закрытые и открытые акционерные общества, общества с ограниченной и дополнительной ответственностью как субъекты хозяйственной

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

деятельности.

34. Хозяйственные товарищества, производственные кооперативы и унитарные предприятия как субъекты хозяйственной деятельности.
35. Учредительный договор как документ предприятия. Структура и содержание учредительного договора.
36. Устав предприятия: сущность, разделы, реквизиты. Цели устава. Основные компоненты устава.
37. Финансовая деятельность, ее значение.
38. Виды финансового контроля.
39. Ликвидация: понятие и виды. Причины ликвидации. Порядок ликвидации.
40. Банкротство: характеристика, причины, процесс.
41. Реорганизация предприятия: понятие и формы. Цели реорганизации. Передаточный акт и разделительный баланс.
42. Объекты авторского права и смежных прав.
43. Права автора на свое ИТ-решение, их защита.
44. Средства индивидуализации в предпринимательской деятельности (фирменные наименования, коммерческое обозначение, товарные знаки и знаки обслуживания).
45. Служебные объекты авторского права. Субъекты авторского права и смежных прав.
46. Правила использования чужой интеллектуальной собственности в своих ИТ-решениях.
47. Лицензирование прав на программное обеспечение в ИТ-бизнесе.
48. Лицензионный договор. Виды лицензий. Организация работ по продаже лицензий.
49. Понятие и назначение бизнес-плана. Виды бизнес-плана.
50. Основные структурные элементы бизнес-плана.
51. Цели презентации бизнес-плана. Требования, предъявляемые к презентации.
52. Структура рынка информационных продуктов и услуг. Секторы и элементы рынка информационных продуктов и услуг.
53. Потребители информационных ресурсов и их информационные потребности.
54. Источники и поставщики информационных ресурсов.
55. Реклама в сетях. Типичные ошибки в рекламе. Принципы эффективной рекламы.
56. Маркетинговые стратегии.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Основы менеджмента	Маркетинга и международного менеджмента	нет	Согласовать Пр. 17 от 03.06.2022
Маркетинг	Маркетинга и международного менеджмента	нет	Согласовать Пр. 17 от 03.06.2022

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
На 2023/ 2024 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1		

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ДЕСЯТИБАЛЛЬНАЯ ШКАЛА И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ

Десятибалльная шкала в зависимости от величины балла и отметки включает следующие критерии:

10 (десять) баллов, зачтено:

систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы;

точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы;

безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации;

полное и глубокое усвоение основной, дополнительной литературы, по изучаемой учебной дисциплине;

умение свободно ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку, использовать научные достижения других дисциплин;

творческая самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, активное творческое участие в групповых обсуждениях высокий уровень культуры исполнения заданий.

9 (девять) баллов, зачтено:

систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы;

владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку;

систематическая, активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

8 (восемь) баллов, зачтено:

систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы и обобщения;

владение инструментарием учебной дисциплины (методами комплексного анализа, техникой информационных технологий), умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку;

активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, систематическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

7 (семь) баллов, зачтено:

систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы и обобщения;

владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

свободное владение типовыми решениями в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку;

самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, участие в групповых обсуждениях, (высокий) уровень культуры исполнения заданий.

6 (шесть) баллов, зачтено:

достаточно полные и систематизированные знания в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

использование необходимой научной терминологии, грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обобщения и обоснованные выводы;

владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач;

способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им сравнительную оценку;

активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, периодическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

5 (пять) баллов, зачтено:

достаточные знания в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

использование научной терминологии, грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач;

способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им сравнительную оценку;

самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, фрагментарное участие в групповых обсуждениях, достаточный уровень культуры исполнения заданий.

4 (четыре) балла, зачтено:

достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования;

усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

использование научной терминологии, логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок;

владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении стандартных (типовых) задач;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

умение под руководством преподавателя решать стандартные (типовые) задачи;

умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им оценку;

работа под руководством преподавателя на практических, лабораторных занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий.

3 (три) балла, не зачтено:

недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования;

знание части основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

использование научной терминологии, изложение ответа на вопросы с существенными, логическими ошибками;

слабое владение инструментарием учебной дисциплины, некомпетентность в решении стандартных (типовых) задач;

неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях изучаемой учебной дисциплины;

пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

2 (два) балла, не зачтено:

фрагментарные знания в рамках образовательного стандарта высшего образования;

знания отдельных литературных источников, рекомендованных учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

неумение использовать научную терминологию учебной дисциплины, наличие в ответе грубых, логических ошибок;

пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

1 (один) балл, не зачтено:

отсутствие знаний и (компетенций) в рамках образовательного, стандарта высшего образования, отказ от ответа, неявка на аттестацию без уважительной причины.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

СПРАВОЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МОДУЛЬ

ГЛОССАРИЙ

ТЕМАТИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ-ГЛОССАРИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Основы бизнеса и права в информационных технологиях»
(общее высшее образование)

ТЕРМИН (ПОНЯТИЕ)	ОПРЕДЕЛЕНИЕ
HTML	стандартный язык разметки документов во Всемирной паутине. Большинство веб-страниц содержат описание разметки на языке HTML
а авторское право	совокупность правовых норм, регулирующих отношения, возникающие в связи с созданием и использованием различных производных творческой деятельности человека, т.е. произведений литературы, науки, искусства и другой интеллектуальной собственности
авторское право	совокупность субъективных прав, возникающих у автора в связи с созданием конкретного произведения литературы, науки и искусства, либо компьютерной программы
акционерное общество	коммерческая организация, уставный капитал которой разделён на определённое число акций, удостоверяющих обязательственные права участников общества (акционеров) по отношению к обществу
б бизнес	инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение дохода и развитие собственного дела
бизнесмен	лицо, занимающееся собственным бизнесом, имеющее своё дело в целях получения прибыли или иной выгоды
бизнес-общение	коммуникативная предметно-целевая и по преимуществу профессиональная деятельность в сфере социально-правовых и экономических отношений
бизнес-план	программный документ, подробно описывающий

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

	главные аспекты определенного вида деятельности при основании предприятия, его модернизации, возможности вливания инвестиционных средств, реорганизации компании или при выявлении новых направлений развития
бизнес-сообщество	объединение предпринимателей, работающих в партнерских отношениях и объединенные общим интересом увеличения прибыли за счет снижения издержек и за счет экспансии на другие территории
бизнес-среда	совокупность внешних сил, факторов и институтов, оказывающих влияние на функционирование и развитие корпораций, предприятий, фирм различных отраслей экономики (к ним относятся: потребители, конкуренты, поставщики, правительство, а также социальные, политические, технологические, законодательные факторы)
В веб – сайт	система электронных документов (файлов, данных и кода) частного лица или организации в компьютерной сети под общим адресом (доменным именем или IP-адресом)
вертикальный портал (вортал, субпортал)	веб сайт узкой тематической направленности, предоставляющий различные сервисы в ее рамках
внешний контекст	это коммуникации время, сфера и условия общения.
временной контекст	хронологический период, в котором происходит коммуникативная ситуация
Д деловая мораль	мораль, которая преследует цель добывания деловых выгод; следовательно, мораль для дела, мораль из-за дела
деловое общение	форма коммуникационного взаимодействия, которая основывается на основных принципах, нормах и правилах делового этикета и характеризуется направленностью на взаимоотношение с субъектами или группой субъектов для получения взаимовыгодных результатов
деловой контакт	такой персональный контакт (деловая встреча), целью которого является договорённость о какой-либо форме делового сотрудничества

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

деятельность	мотивированный процесс использования тех или иных средств, для достижения цели
домен	определенная зона, которая имеет свое имя, не похожее ни на одно другое в системе доменных имен
изобретение	объект интеллектуальной собственности, имущественные отношения которой определяются патентом или авторским свидетельством
и инвестиции	денежные средства, ценные бумаги и/или иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности с целью извлечения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта
инвестиционная деятельность	совокупная деятельность по вложению денежных средств и других ценностей в проекты, а также обеспечение отдачи вложений
инвестиционная привлекательность	совокупность объективных и субъективных характеристик объекта инвестирования обуславливающих в совокупности потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции в данную страну, регион, отрасль, предприятие (корпорацию)
инвестиционный проект	план вложения средств, с целью получения прибыли
инвестор	юридическое или физическое лицо, размещающие собственный капитал, с целью последующего получения прибыли
индивидуальный предприниматель	физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица
инновация	нововведение в области техники, технологии, организации труда или управления, основанное на использовании достижений науки и передового опыта, обеспечивающее качественное повышение эффективности производственной системы или качества продукции
инноваторская деятельность	деятельность неразрывно связанная с мышлением, создающим новое: новейшие потребности, новейшие продукты, новейшие схемы взаимосвязей и т.п.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

	(например, производственная)
интеллектуальная собственность	закрепленные законом временное исключительно право, а так же личные не имущественные права авторов на результат интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации
интерактивные коммуникации	отношения и взаимодействия, базирующиеся на использовании вычислительной техники
Интернет	всемирная система объединённых компьютерных сетей для хранения и передачи информации; глобальная телекоммуникационная сеть информационных ресурсов, объединяющих пользователей из различных организаций, государственных учреждений, а также частных пользователей
Интернет – провайдер	организация, предоставляющая услуги доступа к сети Интернет и иные связанные с Интернетом услуги
Интернет-ресурсы	информация, расположенная в компьютерной сети и представляющая собой информационные объекты, существующие в виде логически завершённых записей или файлов
информационная безопасность	качественная характеристика состояния сохранности информационных ресурсов государства и защищенности законных прав личности и общества в информационной сфере
информационная среда	системообразующий фактор всей общественной жизни, фундаментальное основание современной политики государств во всех ее областях, совокупно образуемый информационными ресурсами, информационными технологиями и информационной инфраструктурой
информационный риск	фактор, отражающий возможный ущерб организации в результате реализации угрозы информационной безопасности: утечки информации и ее неправомерного использования
информация	сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах
информационно-коммуникационные технологии (ИКТ)	система общепедагогических, психологических, дидактических, частно-методических взаимодействий субъектов образовательного процесса,

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

	осуществляемых с помощью высокотехнологичного инструментария и ресурсов сети Интернет, и направленных на проектирование и реализацию адекватных целям образования содержания, методов, форм и средств обучения
информационный потенциал общества	накопленный и активно используемый информационный ресурс общества в единстве со средствами, методами и условиями, позволяющими его активизировать и эффективно использовать
ИТ-аутсорсинг	обслуживание ИТ-компанией процессов производства другой компании
К капитал	совокупность имущества, используемого для получения прибыли
капитализм	экономическая система производства и распределения, основанная на частной собственности, всеобщем юридическом равенстве и свободе предпринимательства, а также на использовании труда вольнонаемных работников
капитальные вложения	затраты трудовых, материальных ресурсов и денежных средств на создание новых, реконструкцию и расширение действующих основных фондов
киберпреступность	уголовно-правовое явление, связанное с незаконными действиями, которые осуществляются людьми, использующими информационно-коммуникационные технологии для преступных целей
коммандитное товарищество	коммерческая организация, основанная на складочном капитале, в которой две категории членов: полные товарищи и вкладчики-коммандитисты
коммерческая информация	сведения об организациях, видах и направлениях их деятельности, деловых партнерах, поставщиках и покупателях, финансовом положении и выпускаемой продукции (оказываемых услугах), заключенных договорах, должностных лицах.
коммерческая тайна	охраняемое законом право предпринимателя на засекречивание сведений, не являющихся государственными секретами о деятельности предприятия, связанные с производством, технологией, управлением, финансами, разглашение

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

	которых могло бы нанести ущерб его интересам
коммерческие организации	юридические лица, преследующие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли
коммерческое обозначение	принятое фирмой и широко известное наименование, символизирующее деятельность предприятия, используемое в ее деятельности, которое охраняется без специальной регистрации
коммуникация	процесс информационного взаимодействия между собой двух и более людей (животных, интеллектуальных систем)
комплексные продажи	ориентированный на бизнес покупателя метод, задача которого состоит в том, чтобы общими усилиями создать именно такое решение, которое будет приемлемо в данной ситуации для покупателя
конкурентная среда	институциональные условия координации деятельности субъектов рынков, на которых свободно соперничают независимые продавцы за право продать свой товар свободному покупателю
конкурентоспособность предприятия	уровень экономического, технологического и финансового потенциала предприятия, обеспечивающего ему возможность конкурировать со своими соперниками, поставляющими на те же рынки аналогичные товары или стремящимися проникнуть на рынок
конкуренция	понятие, определяющее борьбу между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства
концепция социально-культурного бизнеса	концепция, суть которой выражает суждение о том, что предприниматели должны не только заботиться о прибыли и уплате налогов, но и разделить с обществом ответственность за социальную несправедливость, экономическое неравенство и экологические проблемы, участие в экономической адаптации социально-незащищенных слоев населения и охране окружающей среды
культура	система ценностей, жизненных представлений, образцов поведения, норм, совокупность способов и приемов человеческой деятельности, объективированных в предметных, материальных

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

	носителях (средствах труда, знаках) и передаваемых последующим поколениям
Л ликвидация	прекращение деятельности юридического лица без права передачи прав и обязанностей другому лицу
лицензиар	процесс, в соответствии с которым одна из сторон лицензионного соглашения, предоставляет другой стороне право на использование объекта лицензии (изобретения, технологии, технического опыта и прочих форм промышленной собственности)
лицензиат	юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющие лицензию на осуществление конкретного вида деятельности
лицензия	специального разрешения на осуществление определенного вида деятельности
лицензирование	процесс выдачи специального разрешения на осуществление определенного вида деятельности
М маркетинг	организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации
мегапортал	ресурс с целым рядом возможностей, от информационно-новостной составляющей, до социальных сетей
международный деловой этикет	результат длительного отбора правил и норм наиболее целесообразного поведения, которое способствует успеху в международных деловых отношениях
межкультурная коммуникация	совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам
межкультурное взаимодействие	особый вид отношений и связей, двух или более культурных традиций (канонов, стилей), в ходе и результате, которого они оказывают существенное взаимное влияние друг на друга
методы финансового контроля	совокупность обоснованных и адаптированных конкретно-определенных приемов, средств или способов, применяемых при осуществлении

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

	финансовых контрольных функций
мотив	то, ради чего выполняется деятельность (например, самоутверждение) сознательное побуждение любого индивида к тому или иному виду поведения, при помощи которого он может удовлетворить свои потребности
мотивационное ядро личности	соотношение и совокупность всех факторов, которые формируют мотивы для деятельности и которые образуют общую линию поведения любого человека
механизм мотивации	формирование отношений и связей, которыми определяется переход от потребностей работника, которые он имеет возможность реализовать при помощи ведения трудовой деятельности, к трудовому поведению
Н национальные особенности	наиболее распространенные, вероятные особенности мышления, восприятия, поведения и – это стили, типичные для тех или иных стран, а не определенных национальностей
научно-техническая информация	документальная, библиографическая, реферативная, справочная информация в области естественных, технических, общественных наук, по отраслям производства и сферам человеческой деятельности
национальный стиль	наиболее распространенные, вероятные особенности мышления, восприятия, поведения нации
национальный характер	это нечто приобретенное во время взаимодействий внутри определенного сообщества людей на протяжении многовековой истории; совокупность важнейших способов общения, сложившаяся на основании системы ценностей данного общества, которая усваивается им как на сознательном, так и на бессознательном уровне
некоммерческие организации	организации, основной задачей которых не является получение прибыли
новаторство	основной аспект любой предпринимательской деятельности, основанный как процесс создания нового, внесения изменений, экспериментирования, революционных преобразований и трансформаций.
о	

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

облачный сервис	модель онлайн-хранилища, в котором данные хранятся на многочисленных распределенных в сети серверах, предоставляемых в пользование клиентам
общественный идеал	представление о наиболее совершенном общественном строе, соответствующее социальным, экономическим, политическим интересам определенных социальных групп и являющееся конечной целью их стремлений и деятельности.
общество с дополнительной ответственностью	хозяйственное общество с числом участников не менее двух и не более пятидесяти, уставный фонд которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров
общество с ограниченной ответственностью	учрежденное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, учредительный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров и число участников которого ограничено по Закону об обществах с ограниченной ответственностью
основная задача ИТ-консалтинга	экспертная оценка системы, позволяющая оптимизировать процессы производства
объект изучения дисциплины	высокотехнологичные методы и средства осуществления эффективной предпринимательской деятельности, а также нормативно-правовая база и условия ее правовой реализации
П патентное право	регулирует правоотношения, связанные с созданием и использованием объектов интеллектуальной собственности
питч	краткая презентация идеи с целью заинтересовать потенциального покупателя или инвестора
плагиат	нарушение неимущественных авторских прав, умышленное присвоение авторства чужого произведения искусства или достижения науки, технических решений или изобретения
«покупаемый профуровень»	статус фрилансера, зачастую отображаемый в профиле, на фото и миниатюре профиля, который дает доступ к проектам, помеченным для специалистов не

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

	ниже его уровня
полисистема	новая система, объединившая в себе более двух систем
полное товарищество	хозяйственное товарищество, участники которого солидарно несут субсидиарную (дополнительную) ответственность по его обязательствам всем своим имуществом
потребитель	гражданин, имеющий намерения заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности
потребность	выражение нужды, необходимости для человека определенных благ, предметов или форм поведения
правовые формы организаций	форма организации предпринимательской деятельности, закреплённая юридическим образом
предмет изучения дисциплины	организация предпринимательской деятельности и ее правовое обеспечение в условиях информационного общества
предприниматель	лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность, в целях получения прибыли в форме создания торговли или производства
предпринимательские способности	специальные способности, определяющие возможности человека успешно заниматься предпринимательской деятельностью
предпринимательство	неотъемлемый элемент современной рыночной системы хозяйствования, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться
предпринимательская деятельность	самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность и направленная на систематическое получение прибыли

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

прибыль	основная цель бизнеса, она лежит в экономической плоскости (например, самореализация)
притязания	привычный, детерминирующий поведение человека уровень удовлетворения потребностей
провайдер	организация или лицо, предоставляющие услуги доступа к сети Интернет и иные связанные с Интернетом услуги
провайдинг	бизнес, основной целью которого является предоставление услуг провайдера
программное обеспечение	это совокупность программ, позволяющих осуществить на компьютере автоматизированную обработку информации.
программные продукты	понимается программа, которую независимо от ее разработчиков можно использовать в предусмотренных целях на разных компьютерах, если только они удовлетворяют ее системным требованиям
программный код	текст компьютерной программы на каком-либо языке программирования или языке разметки, который может быть прочтён человеком.
профессиональная информация	специальные данные и информация для юристов, врачей, фармацевтов, преподавателей, инженеров, геологов, метеорологов и т.д.
р реклама	направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которой производится оплаченное известным спонсором распространение не персонализированной информации, с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему
рентабельность	это показатель, отражающий эффективность использования материальных, трудовых, денежных и других ресурсов.
реорганизация	процесс, который, в отличие от ликвидации, происходит с последующим общим (генеральным) или частным (сингулярным) правопреемством
рерайтер	специалист, который при разработке сайтов на основе позаимствованных из различных источников текстов создает новые уникальные тексты, по смыслу схожие с исходниками
риск	это риск, возникающий при любых видах

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

предпринимательский	предпринимательской деятельности, связанных с производством продукции, товаров и услуг, их реализацией; товарно-денежными и финансовыми операциями; коммерцией, а также осуществлением научно-технических проектов.
рынок	совокупность экономических отношений, базирующихся на регулярных обменных операциях между производителями товаров (услуг) и потребителями
рынок информационных продуктов и услуг	система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуального труда на коммерческой основе
рыночная экономика	это система, основанная на частной собственности, свободе выбора и конкуренции, опирается на личные интересы, ограничивает роль правительства.
с сайт – витрина	веб-сайт, главной целью которого является интернет-реклама.
сайт – электронный магазин	сайт, торгующий товарами посредством сети Интернет
сертификат	документ, подтверждающий соответствие продукции, работ, услуг требованиям, установленным законодательными актами и стандартами в отношении данной продукции, работ, услуг
сертификация	деятельность специально уполномоченных государственных органов и заинтересованных субъектов хозяйствования, направленная на подтверждение соответствия продукции, работ, услуг требованиям, установленным законодательными актами и стандартами в отношении данной продукции, работ, услуг
смежные права	права исполнителей, изготовителей фонограмм, вещательных организаций, публикаторов, изготовителей баз данных на созданные ими результаты интеллектуальной деятельности.
социальная ответственность	обозначает действия хозяйственного субъекта по оказанию благоприятного влияния бизнеса на общество (например, общественный идеал)
социальная	добровольный вклад бизнеса в развитие общества в

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ответственность предпринимателя	социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума.
средства индивидуализации	обозначение, служащее для различения товаров, услуг, предприятий, организаций и других объектов в сфере хозяйственного оборота.
стимул	те или иные блага (предметы, ценности и т.п.), способные удовлетворять потребность при осуществлении определенных действий (поведения)
стимулирование	функция управления, заключающаяся в сознательном использовании стимулов для формирования и усиления мотивов трудового поведения работников предприятий (организаций)
Т товарный знак	представляет собой словесное, изобразительное, объемное или иное условное обозначение товара (или группы товаров), указывающее на принадлежность данного товара определенной фирме и используемое для его отличия от однородных товаров других изготовителей
торговая Интернет-система (ТИС)	это виртуальная витрина, на которой интернет-магазины выставляют свои товары.
у унитарное предприятие	это коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество.
устав предприятия	основной закон его функционирования; это нормативный документ общества, утверждаемый при его регистрации, в котором устанавливаются главные нормы внутренних и внешних взаимоотношений общества
уставный фонд	это некоторая сумма активов (вкладов, долей) учредителей, необходимая для создания и обеспечения деятельности конкретного предприятия.
учредители	лицо, принимающее участие в основании компании и создание активов, в том числе в подготовке ее устава и заявки на регистрацию, а также в регистрации компании, найме руководства и привлечении средств
учредительные	юридические документы, которые наряду с

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

документы юридического лица	законодательством являются правовой основой деятельности юридических лиц, их участия в гражданском обороте
учредительный договор	договор, заключаемый между учредителями юридического лица при его создании, регламентирующий взаимоотношения учредителей юридического лица
ф финансовая деятельность	система форм и методов, используемых для финансового обеспечения функционирования предприятий и достижения ими поставленных целей
финансовое прогнозирование	изучение возможного финансового положения организации в будущем, разработка основных направлений стратегии в области финансов для обеспечения необходимой устойчивости организации при финансировании определенных расходов
фирменный знак	уникальный графический элемент, использующийся для идентификации компании и несущий в себе закодированную дополнительную информацию о компании.
франчайзинг	это способ организации бизнеса, при котором компания-владелец (франчайзер) передает независимому бизнесмену или компании (франчайзи) право на продажу товаров и услуг этой компании в обмен на обязательство франчайзи продавать эти товары или услуги
фриланс	вид удаленной, проектной работы, при которой заказчик и исполнитель не имеют непосредственного физического контакта, встречи, и все детали проекта, задание, оговариваются и согласуются с использованием средств телекоммуникаций, глобальных сетей, цифровых данных
х хозяйственные общества	это фирма, организованная физическими лицами на основе сочетания предпринимательства и личного труда.
хозяйственные товарищества	это объединение капиталов, предоставляемых для предпринимательской деятельности, физическими лицами, юридическими лицами, органами государственного муниципального управления

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ч частная собственность	собственность, владельцем которой является отдельное лицо, и которому принадлежит право владения, пользования и распоряжения, включая передачу или продажу другому лицу.
частный интерес	означает отрасли права, регулирующие отношения в области интересов граждан, индивидуальных собственников, предпринимателей, различного рода объединений (корпораций) в их имущественной деятельности и личных отношениях, в отличие от публичного права, регулирующего и охраняющего общие интересы.
э экономическая несостоятельность	такая ситуация, когда должник не в состоянии расплатиться по своим долгам со всеми своими кредиторами
экономический интерес	понятие, используемое в экономике и финансах для обозначения стимулов деятельности субъектов экономических отношений при определении их поведения
экстрасеть (экстранет)	защищённая от несанкционированного доступа корпоративная сеть, использующая Интернет-технологии для внутрикорпоративных целей, а также для предоставления части корпоративной информации и корпоративных приложений деловым партнерам компании
электронная валюта	безналичные расчеты между продавцами и покупателями, банками и их клиентами, осуществляемые посредством компьютерной сети, систем связи с применением средств кодирования информации и ее автоматической обработки
электронная коммерция	это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций
электронная торговая площадка	комплекс информационных и технических решений, обеспечивающий взаимодействие покупателя с продавцом через электронные каналы связи на всех этапах заключения сделки
электронное брокерство	система, сводящая в одном месте покупателей и продавцов активов, обеспечивающая доступ

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

	участникам рынка через сеть Интернет и предоставляющая участникам торгов собственные площадки для проведения торговых операций.
электронное обучение	это передача знаний и управление процессом обучения с помощью новых информационных и телекоммуникационных технологий
электронные НИОКР	совокупность работ, направленных на получение новых знаний и практическое применение при создании нового изделия или технологии.
электронный магазин	это особая форма интерактивного веб-сайта, которая предназначена для рекламирования товара, приема заказа на покупку, доставки и оплаты.
эффективность инвестиционного проекта	категория, характеризующаяся системой показателей, отражающих соотношение затрат и результатов применительно к интересам участников инвестиционного проекта.
ю юридические лица	организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права, и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ТЕЗАУРУС

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ТЕЗАУРУС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПРАВА В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ
(I ступень высшего образования)

ТЕМА (ЛЕКЦИЯ)	ПОНЯТИЙНО-ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ АППАРАТ
РАЗДЕЛ I. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ БИЗНЕСА	
ПОНЯТИЯ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО» И «БИЗНЕС». ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ИКТ)	предмет и объект дисциплины, предпринимательство, бизнес, деятельность предпринимателя, предприниматель, потребитель, бизнес-среда, бизнес-сообщество, капитал, капитализм, рынок, предпринимательские способности, прибыль, предпринимательская деятельность, основная функция предпринимательства, социальные функции бизнеса, принципы предпринимательства, индивидуальный предприниматель, ответственность бизнеса, предпринимательский образ мышления, информация, информационная среда, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), киберпреступность, информационный риск, информационная безопасность
ОСМЫСЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НАУЧНОЙ И УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ	капитализм, частная собственность, рыночная экономика, деловая мораль, инновация, традиция хозяйственно деятельности, предпринимательский и мещанский дух, мотивация предпринимательства, новаторство, хозяйственный аскетизм и эгоизм, хозяин, социальная ответственность предпринимателя, концепция социально-ответственного бизнеса
БИЗНЕС И ТЕОРИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	деятельность, цель, целеполагание, бизнесмен-организатор, бизнесмен-

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

	<p>управленец, бизнесмен-исполнитель, бизнесмен-управляющий, бизнесмен-проектировщик, полисистема, общественный идеал, частный интерес, мотив, стимул, социальная ответственность бизнеса, предпринимательская деятельность, финансовая деятельность, управленческая деятельность, проектировочная деятельность</p>
МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА	<p>культура, взаимодействие культур, межкультурный, коммуникация, межкультурная коммуникация, формы межкультурной коммуникации, прямая коммуникация, косвенная коммуникация, опосредованная коммуникация, непосредственная коммуникация, контексты коммуникации, внешний контекст, временной контекст, сферы общения для межкультурных коммуникаций, межкультурное взаимодействие, деловой контакт, бизнес-общение</p>
РАЗДЕЛ II. МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	
ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА ФРИЛАНСЕРА	<p>фриланс, ИТ-фриланс, заказчик, исполнитель (фрилансер), удаленная работа, фриланс-услуги, рерайтер, электронные деньги, аккаунт, фриланс-сделка, часовая тарифная ставка, фриланс-биржа, «покупаемый профуровень»</p>
ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ	<p>информационные технологии (ИТ), программное обеспечение (ПО), бизнес-процесс, инфраструктура, графический дизайнер, сетевой инженер, верстальщик, ИТ-отдел, TeamLead (технический лидер), Junior developer (младший разработчик), Middle developer (разработчик среднего уровня), Senior developer (разработчик высшего уровня), системное ПО,</p>

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

	прикладное ПО, web-приложения, приложения хранилищ данных, ПО для bid data, сетевое, мобильное, облачное ПО, система контроля версий, case-средства (СС), ИТ-аутсорсинг, ИТ-консалтинг, провайдинг, провайдер, Интернет-ресурсы, мегапортал, облачный сервис
МЕХАНИЗМЫ МОТИВАЦИИ В ИТ-БИЗНЕСЕ	мотивация, потребности, классификация потребностей, мотив, стимул, факторы мотивации, механизм мотивации, способы мотивации, ожидания, притязания, стимулирование, экономический интерес
РАЗДЕЛ III. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ БИЗНЕСА	индивидуальный предприниматель, юридические лица, коммерческие организации, некоммерческие организации, хозяйственные общества и хозяйственные товарищества, полное товарищество, командитное товарищество, акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью, унитарное предприятие, распорядительный способ образования, разрешительный способ образования, явочно-нормативный способ образования, лицензия, лицензирование, лицензиар, лицензиат, сертификация, сертификат
УЧРЕДИТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА	учредительные документы юридического лица, общее положение об организациях, учредители, учредительный договор, содержание учредительного договора, консенсуальный договор, договор создания, устав предприятия, структура устава предприятия, договор создания, правовые формы организаций, уставный

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

		фонд, прибыль, убытки
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ИКТ	СЕКТОРА	финансовая деятельность, доход, прибыль, рентабельность, платежеспособность, финансовые обязательства, субъект хозяйствования, бюджет, мобилизация финансовых ресурсов, финансовый план, внутрихозяйственные резервы, издержки производства, оборотный капитал, денежные потоки, инфляция, финансовая устойчивость, ликвидность баланса, финансовое планирование, финансовое прогнозирование, финансовый, государственный, ведомственный контроль, внутрихозяйственный контроль (внутренний аудит), бухгалтерский учет, аудиторский, правовой, общественный, банковский, предварительный, текущий, последующий контроль, методы финансового контроля, наблюдение, обследование, анализ, проверка, ревизия, финансово-экономическая экспертиза
ЛИКВИДАЦИЯ РЕОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	И	коммерческая организация, реорганизация предприятия, ликвидация предприятия, правопреемство, добровольная ликвидация, принудительная ликвидация, учредитель (участник) организации, субъект хозяйствования, собственник имущества, Единый государственный регистр юридических лиц, учредительный документ, ликвидационная комиссия, ликвидатор, кредитор, ликвидационный баланс, экономическая несостоятельность, неплатежеспособность, банкротство, обязательные платежи, ликвидационная масса, актив, пассив, акт ликвидационной комиссии

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

<p>ПРИМЕНЕНИЕ АВТОРСКОГО И ПАТЕНТНОГО ПРАВА ДЛЯ ЗАЩИТЫ ИТ-БИЗНЕСА</p>	<p>авторское право, смежное право, патентное право, права на средства индивидуализации, право на секреты производства, интеллектуальная собственность, компьютерная программа, изобретения, товарный знак, фирменный знак, коммерческая тайна, коммерческое обозначение, программный код, плагиат</p>
<p>КОММЕРЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В СФЕРЕ IT</p>	<p>интеллектуальная собственность, технологический обмен, некоммерческая фирма, ноу-хау, опционное (предлицензионное) соглашение, потенциальный покупатель, технико-экономические показатели, объект коммерческой реализации, промышленный образец, товарный знак, знак обслуживания, протокол о намерениях, правообладатель, соглашение о неконфиденциальности, договор, договор об уступке прав, лицензионный договор, лицензиар, лицензиат, проектно-консультационная услуга, инжиниринг, информационный инжиниринг, управленческий инжиниринг, автоматизированная система управления, информационная сеть, производственная кооперация, франчайзинг, франчайзер, лицензионный комплекс, франшиза, предпринимательская сделка, лицензия, простая лицензия, исключительная лицензия, полная лицензия, патент</p>
<p>БИЗНЕС-ПЛАН: ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ</p>	<p>бизнес-план, резюме, анализ рынка, планирование бизнеса, стратегический, среднесрочный, краткосрочный, количественный, качественный план; план инвестиционного проекта, планирование, адаптация, гибкость, коммуникативность, Динамика рынка, доля рынка, инвестиции, инвестиционная деятельность, инвестиционная привлекательность,</p>

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

	инвестиционный проект, инвестор, инвестор, индекс потребительских цен, инфляция, капитальный вложения, конкурентная среда, конкурентоспособность предприятия, маркетинг, налог, рентабельность инвестиций, риск, рынок, сегмент рынка, срок окупаемости инвестиций, финансирование, эффективность инвестиционного проекта
ПОДГОТОВКА ПРЕЗЕНТАЦИИ БИЗНЕС-ПЛАНА И ПИТЧА	сделка, бизнес-план, питч, бизнес-модель, бизнес-идея, бизнес-ангел, венчурный инвестор, инвестиции, предприниматель
РАЗДЕЛ IV. МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	
РЫНОК ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ	рынок информационных продуктов и услуг, информационный потенциал общества, техническая и технологическая составляющая, нормативно–правовая составляющая, информационная составляющая, организационная составляющая, программные продукты, технические средства, разработка и сопровождение информационных систем и технологий, потребители информационных продуктов и услуг
ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТЯХ	электронная коммерция; потребитель; бизнес; интернет-провайдер; веб-сайт; портал; электронная торговая площадка; сайт–каталог; сайт–витрина; сайт–электронный магазин; домен; активы; вертикальные торговые площадки; горизонтальные торговые площадки; программное обеспечение; аукцион; биржа; HTML; электронная валюта, электронное брокерство, инновация, инвестиции, инвестор, конкуренция

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

СИСТЕМЫ И ФОРМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	Интернет, электронный (виртуальный) бизнес, электронная коммерция, сетевая экономика, интерактивные коммуникации, технологический риск, контрагент, интранет, экстрасеть (экстранет), провайдинг, электронное банковское дело, электронные НИОКР, электронный франчайзинг, электронное казино, электронное обучение, электронное брокерство, коммерческая информация, электронный магазин, персонализация продаж, электронная витрина, автоматизированный магазин, торговая Интернет-система (ТИС), электронный аукцион, корпоративный портал, мегапортал, вертикальный портал (вортал, субпортал), портал типа «бизнес – бизнес», электронная торговая площадка, независимая торговая площадка, частная торговая площадка, отраслевая торговая площадка, консорциум, вертикальная торговая площадка, горизонтальная торговая площадка (межотраслевая), торговая площадка «биржа», торговая площадка «сообщество»
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ В ОБЛАСТИ ИКТ	маркетинг, ИТ-маркетинг, бизнес, продукт, сервис, потенциальный клиент, товар, потребительский рынок, уникальное торговое предложение (USP), оборот бизнеса, транзакция, средняя стоимость транзакции, процесс продажи, стратегия маркетинга, стратегия LeadGeneration, стратегия эффективного использования существующих клиентов, стратегия использования свидетельств и отзывов, стратегия получения рефералов, стратегия Cross Promotion, стратегия последовательности писем, реклама, рекламный проспект, реферал,

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

	телемаркетинг, стратегическое планирование, рекламная кампания, аутсорсинг, HR-специалист, методика продажи, пассивная продажа, алгоритм ВИЖУД, спекуляция, сделка, личный интерес, алгоритм СПОР, консультативная продажа, комплексная продажа, электронная коммерция
--	--

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ МОДУЛЬ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

РАЗДЕЛ 1 ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ БИЗНЕСА

ЛЕКЦИИ 1-4

ЛЕКЦИЯ 1 ПОНЯТИЯ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО» И «БИЗНЕС». ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ИКТ)

Вопросы:

1. Понятия «предпринимательство» и «бизнес».
2. Социальные функции бизнеса в современном обществе.
3. Преимущества и недостатки ведения предпринимательской деятельности, истории успеха.
4. Приоритеты и особенности мышления предпринимателя.

1. Понятия «предпринимательство» и «бизнес».

На сегодняшний день наблюдается *тенденция к ассимиляции слов предпринимательство и бизнес*, также как и к отождествлению слов «предприниматель» и «бизнесмен». Углубляясь в этимологию слов (т.е зрим в корень, друзья), накопила несколько интересных фактов и примеров из личного опыта. Слово **бизнес** встречается впервые в древнегреческом языке (askholia), далее в латыни (neg+otium), перекочевав далее в английский язык, который и дал всему миру известнейшее слово business (ранее busyness), как атрибута «причастия к деловой и финансовой сфере жизни». **Значением** же данного слова является *занятость, недосуг, дело, отсутствие свободного времени*. «Дело» в данном случае, хочу отметить, употребляется в общеродовом понятии и без указания видовых различий. Автор же нового словаря русского языка Т.Ф. Ефремова указывает следующее значение слова **бизнес** — предпринимательская деятельность, приносящая доход.

А теперь **проанализируем термин «предпринимательство»** (в том же словаре Ефремовой Т.Ф. предполагалось, но там присутствует только значение как «деятельность предпринимателя», чего нам, конечно же, недостаточно). В другом источнике предпринимательство характеризуется как инициативная, самостоятельная деятельность человека, от своего имени, на свой страх и риск, и направленная на получение дохода в перспективе. Вот в этом то и кроется принципиальный корень отличия. Предпринимательская деятельность несет в себе некую неопределенность, различные риски или как говорится в простонародье «или пан, или пропал». И как следствие возможность получения сверхприбыли, т.е. своего рода заработной платы за

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

свои «предпринимательские способности». А бизнес, в свою очередь, не предполагает рисков, а скорее стремится к их уменьшению, и, как результат, получение стабильного и регулярного дохода. Но это все этимология, оставим ее лингвистам и филологам, и взглянем еще шире на оба термина.

Предпринимательство по своей сути всегда предполагает мелкий и средний бизнес, в случае какого-либо производства, это в большинстве своем штучное или мелкосерийное производство. Почему так получается? Все просто, к сожалению, предпринимательство в данном случае получается как своего рода «самонайм». Возьмем, к примеру, мастера по маникюру/педикюру. Представим, ему надоело работать на дядю, который отнимает у него заработанные им же деньги, и он решил организовать маленькое предприятие у себя на дому. Можно ли его назвать бизнесом? Нет, так как в данном случае он работает на себя (это конечно круто), но какая у него производительность? Ведь если его убрать, то никакого «бизнеса» не останется, так как он и был основным звеном этого самого «бизнеса». В эту же категорию можно включить и копирайтеров, юристов, стоматологов и пр. Ведь при данном раскладе если человек вдруг умрет (не дай Бог конечно), то его дело умрет в след за ним (кто же теперь будет делать маникюр/педикюр?).

Предпринимательство и бизнес разнит даже это.

В случае бизнеса человек является организатором чужого труда, он создает систему, которая приносит доход, и при грамотном управлении и делегировании полномочий, эта система прекрасно работает и в отсутствие самого человека. Поэтому, как мы видим, значение слова бизнес и значение слова предпринимательство предполагают несколько разные вещи и смыслы.

Отсутствием общепринятой теории предпринимательства объясняется тот факт, что на сегодняшний день в мире не существует четкого определения предпринимательства. Кроме этого, следует отметить, что определение предпринимательства зависит от того, с какой позиции рассматривать этот феномен: как деятельность, цель которой – максимизация прибыли; как особый вид деятельности, направленный на постоянное сканирование социально-экономической реальности и реализацию изменений существующих форм организации предприятий и общества; как инициативную деятельность хозяйствующих субъектов в сфере производства товаров и услуг; как действия, направленные на увеличение капитала, расширение производства и присвоение прибыли.

В «Большом экономическом словаре» под общей редакцией А.Н. Азрилияна дается следующее определение: «Предпринимательство - инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ответственность юридического лица».

В ряде научных работ российских авторов под предпринимательством понимается деятельность, осуществляемая небольшой группой лиц, или предприятие, управляемое одним собственником. Такая трактовка предпринимательства тесно переплетается с понятием предприниматель, идет привязка к конкретному человеку.

То же самое можно сказать и в отношении следующей трактовки. «Предпринимательство - это деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных установленных законами, государственными органами или другими представительными организациями критериях».

Российский профессор В.Ф. Богачев предложил следующую оригинальную трактовку предпринимателя. «Предприниматель – это бедолага и вечный должник: неуемный оптимист, добровольно избравший для себя жизненную карьеру, в которой ему не раз придется сменить объект и, может быть, сферу хозяйствования, вероятно, разориться и вновь пытаться стать на ноги; немилосердный самоэксплуататор без нормированного рабочего дня и отпусков, не позволяющий себе даже при успешном ходе тратить на собственное потребление больше, чем квалифицированный наемный работник».

Е.М. Бабосов, академик НАН Беларуси, при дефиниции предпринимательства указывает на то, что это «самостоятельная инициативная деятельность лиц, являющихся владельцами средств производства, направленная на производство товаров и услуг ради получения прибыли или личного дохода и осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность (либо под имущественную ответственность юридического лица – предпринимателя)».

Т.А. Костина, доцент Белорусского государственного экономического университета, автор ряда работ по проблемам предпринимательства, предлагает рассматривать предпринимательство как умение начать и продолжать вести свое дело, использовать свой творческий потенциал и инициативу, решаться на риск.

Белорусский исследователь проблем предпринимательства О.В. Кобяк характеризует предпринимателя как субъекта предпринимательской активности, целью которого является максимизация прибыли. При этом предприниматель осознанно идет на риск, связанный с вложением в бизнес собственных или заемных средств и принятием на себя имущественной ответственности за результаты хозяйственной деятельности.

А.А. Первачук, доцент Минского института управления, при определении предпринимательства акцентирует внимание на

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

организационных инновациях, осуществляемых с целью извлечения прибыли. При этом выделяет три основных элемента: инициирование изменений, организационное действие, денежный доход как цель и критерий успеха.

В результате анализа работ по проблемам предпринимательства можно сделать вывод, что российские и белорусские ученые при определении предпринимательства акцентируют внимание на следующих моментах:

- предпринимательство есть самостоятельная инициативная деятельность;
- она осуществляется субъектом на свой риск и под свою ответственность;
- она направлена на получение прибыли или личного дохода.

В соответствии с Законом Республики Беларусь «О предпринимательстве» под последним понимается самостоятельная, инициативная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или иного дохода. Предприниматели осуществляют ее от своего имени или от имени юридического лица (предприятия) и под свою имущественную ответственность.

В статье 1 Гражданского Кодекса Республики Беларусь, которая называется «Отношения, регулируемые гражданским законодательством» установлено: *«Предпринимательская деятельность – это самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность и направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, произведённых, переработанных или приобретённых указанными лицами для продажи, а также от выполнения работ или оказания услуг, если эти работы или услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления».*

Оригинальное описание предпринимательской функции предложили разработчики Концепции молодежной политики Республики Беларусь: «Предпринимать - это активно искать лучшую жизнь. Это создавать ее своими руками и головой. Предпринимать - это быть внимательным к потребностям других. Это производить людям такие товары и услуги, за которые они готовы платить свои деньги. Предпринимать - это смотреть в будущее, опираясь на знания и опыт прошлого. Это ломать старое и замшелое только тогда, когда новое, инновационное лучше, качественнее и дешевле. Предпринимать - это дружить домами, городами и странами. Это показывать и предлагать людям во всем мире не грубую силу кулака и оружия, а все то лучшее, что может сделать разум, душа и тело человека».

Рассмотренные дефиниции предпринимательства позволяют сделать

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

вывод о том, что экономическая и идеологическая *сущность предпринимательства* состоит не в потребительско-распределительной, а в *продуктивно-творческой мотивации хозяйственной деятельности*. Это главная инвариантная черта предпринимательства. Предприниматель – это человек динамичный, инициативный, заинтересованный, энергичный, постоянно заряженный на творческий поиск и новации, готовый рисковать и нести бремя персональной ответственности. Предприниматель не нуждается в постоянном попечительстве со стороны государства. У него развито чувство собственного достоинства, и он в состоянии позаботиться о своей жизни и не нуждается в поощрениях и инструкциях. Все, что ему нужно, – это защищенная законом частная собственность как основа его независимости, честная конкуренция, экономическая и правовая инфраструктура рынка.

Непосредственным стимулом предпринимательской деятельности является получение *прибыли*. Только прибыль позволяет предпринимателю развивать деятельность предприятия, рисковать собственностью и капиталом ради внедрения нововведений, способствующих росту дохода. Прибыль является справедливым вознаграждением предпринимателю за творческие усилия и умение рационально и эффективно, с наименьшими издержками организовать производство товаров и услуг, платой за профессиональную компетентность, понимание конъюнктуры рынка, способность к прогнозированию, готовность нести бремя риска и индивидуальной ответственности.

Однако мотивация предпринимательской деятельности не сводится к чисто экономическим факторам (прибыль, эффективность, конъюнктура и т.д.). *Нравственные мотивы* в деятельности предпринимателя играют существенную роль. Это, прежде всего, стремление к самореализации, раскрытие творческого потенциала своей личности, внутреннее удовлетворение от сознания общественной полезности своего труда.

2. Социальные функции бизнеса в современном обществе.

Основная функция предпринимательства – обеспечение развития и совершенствование экономики, ее постоянное обновление. Предпринимательство является движущей силой экономического роста рыночного хозяйства. Выступая с одной стороны как цивилизационный феномен, предпринимательство обладает некими инвариантными чертами, позволяющими использовать мировой практический опыт осуществления предпринимательской деятельности в условиях рыночных экономик разных стран. Но в качестве культурного феномена предпринимательство имеет ряд особых, уникальных в рамках конкретного культурного пространства характеристик. Таким образом, предпринимательство предстает как культурно-цивилизационный феномен, и этим определяется ряд проблем,

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

возникающих в процессе становления и развития данного вида хозяйственной деятельности на постсоветском пространстве.

Предпринимательская деятельность позволяет гражданам в наивысшей мере *раскрыть свои творческие способности*, реализовать трудовые навыки, а также обеспечить соответствующий уровень жизни.

Роль предпринимательства в развитии производства и хозяйства весьма значительна. Благодаря предпринимательской инициативе, создаются новые продукты и услуги, осваиваются новые технологии, внедряются новые способы производства и формы его организации, открываются новые рынки. Все это становится возможным в результате суммирования творческого потенциала предпринимателя и высокой производительности труда.

В историческом процессе развития общества место предпринимателей определяется выполняемыми *функциями*. Они:

1) формируют особый социальный слой, объединяющий творческих, инициативных, деловых людей;

2) берут на себя инициативу соединения ресурсов, земли, капитала и труда в единый процесс производства товаров и услуг;

3) являются новаторами, стремящимися вводить на коммерческой основе новые продукты, производственные технологии;

4) способствуют повышению благосостояния людей, тем самым, стимулируя потребление;

5) выступают гарантом социальной защищенности населения в условиях рынка;

6) создают новые рабочие места;

7) удовлетворяют потребности людей;

8) содействуют развитию культуры, науки, решению экологических проблем.

Предпринимательской деятельности присущи следующие специфические черты, которые иногда трактуются как *принципы предпринимательства*:

1. Предприниматель выступает как *самостоятельно хозяйствующий субъект*, ведущий собственное дело.

2. Неотъемлемым атрибутом предпринимательской деятельности является *риск*, т.е. вероятность возникновения убытков, неполучение дохода и даже разорение.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

3. Предпринимательская деятельность предполагает материальную *ответственность* за свое дело, которая может быть или в пределах всего имущества, или в пределах пая, или в объеме пакета акций.

4. Предпринимательская деятельность имеет *цель*, которую нельзя свести только к получению прибыли: она включает в себя и коммерческий успех во всех его проявлениях и социальные аспекты.

5. Предпринимателю присущ *динамичный стиль жизни*. Это обусловлено существованием жесткой конкурентной борьбой, как среди самих предпринимателей, так и между предпринимателями и наемными работниками.

6. Предпринимательство может осуществляться без образования юридического лица и с образованием юридического лица, без использования наемного труда и с использованием наемного труда.

Предпринимательская деятельность регламентируется *законодательством*, а также *обычаями делового оборота*, которые представляют собой сложившиеся и применяемые в предпринимательской деятельности правила добросовестного и разумного поведения, основанного на честном и логичном выполнении обязательств субъектов предпринимательства, не предусмотренных законодательством, независимо от того, зафиксированы ли они в документальной форме.

3. Преимущества и недостатки ведения предпринимательской деятельности, истории успеха.

Для ведения предпринимательской деятельности необходимо зарегистрироваться в качестве ИП, либо открыть коммерческую организацию. В противном случае предпринимательская деятельность будет являться незаконной.

Без образования юридического лица гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

Индивидуальный предприниматель — это гражданин (находящийся в дееспособном возрасте), самостоятельно (единолично) принимающий решение об осуществлении предпринимательской деятельности и ее прекращении, осуществляющий эту деятельность лично от своего имени и несущий личную ответственность.

Индивидуальный предприниматель является единоличным собственником имущества, используемого им в предпринимательской деятельности.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Преимущества деятельности в качестве индивидуального предпринимателя:

- минимальные расходы, связанные с вхождением в бизнес;
- упрощенный порядок государственной регистрации и осуществления предпринимательской деятельности. В соответствии с законодательством регистрирующие органы не вправе требовать указания в свидетельстве ИП осуществляемых видов деятельности;
- после государственной регистрации ИП может заниматься всеми видами предпринимательской деятельности. Но деятельность, которая на особом государственном контроле требует прохождения дополнительных процедур – лицензирование, сертификацию, аттестацию и т.п.;
- упрощенная система налогообложения и ведения бухгалтерского учета;
- единоличное владение и распоряжение доходами.

Недостатки деятельности в качестве индивидуального предпринимателя:

- личная ответственность за результаты предпринимательской деятельности. Собственником всего имущества в процессе предпринимательской деятельности ИП (оборудование, товар, материалы и т.п.) будет являться непосредственно индивидуальный предприниматель. Он также будет заключать все договора, отвечать по обязательствам;
- ответственность по долгам перед кредиторами личным имуществом;
- невозможность иметь наемных работников, кроме членов семьи. Индивидуальный предприниматель может нанимать на работу не более 3-х человек.. Таким образом, при работе в партнерстве либо при намерении нанимать людей предпочтительнее открыть организацию – общество с ограниченной ответственностью (ООО);
- за торговлю товарами легпрома без документов техрегламента Таможенного союза индивидуальным предпринимателям с **1 марта 2015 года** придется заплатить штраф до 50 базовых величин (сегодня одна базовая составляет Br180 тыс.).

Особенности регулирования деятельности граждан в качестве индивидуальных предпринимателей определены Указом Президента Республики Беларусь от 18 июня 2005 г. № 285 ”О некоторых мерах по регулированию предпринимательской деятельности“.

Истории успеха ведения предпринимательской деятельности:

- Ян Кум

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Уроженец Украины эмигрировал в Калифорнию вместе с матерью в возрасте 16 лет. По программе социальной поддержки семья получила временное жилье. Мать Яна подрабатывала няней, он – уборщиком, что хоть как-то сводить концы с концами. Когда мать заболела раком, их основным источником дохода на время стало ее пособие по безработице. Деньги у семьи появились, когда Ян, с подростковых лет страстно увлеченный компьютерами, устроился в Yahoo. Под руководством сооснователя компании Дэвида Файло он девять лет проработал на инженерных позициях, пока не ушел в бессрочный отпуск в 2007 году. В 2009-м Кум придумал WhatsApp – мобильный мессенджер, самый популярный в мире на сегодняшний день. С аудиторией в 600 млн пользователей приложение в феврале 2014 года было приобретено социальной сетью Facebook за рекордные \$19 млрд.

- Эван Уилльямс

Уроженец Небраски вырос на семейной ферме и в детстве занимался не программированием, а выращиванием сои и кукурузы. Написание кода стало его главным увлечением в годы учебы в университете штата, который он, правда, не окончил. Вместе с другом-сокурсником Эван решил сосредоточиться на развитии собственной программы, из которой впоследствии выросла блог-платформа Blogger. В 2003 году проект купила корпорация Google, куда на два года перебрался на работу и Уилльямс со своей командой. Уйти из интернет-гиганта он решился ради стартапа, в недрах которого родилась идея Twitter. С 2008-го по 2010 годы Уилльямс занимал в сервисе микроблогов позицию генерального директора, но затем оставил компанию ради собственного проекта Medium. Это снова оказалась блог-платформа. При этом у Уилльямса осталась доля в Twitter — сегодня ему принадлежит около 10% акций компании.

4. Приоритеты и особенности мышления предпринимателя.

Когда человек меняет свой статус, то для достижения успеха в новом качестве прежде всего нужно изменить свое прежнее мышление на новое.

Мышление наемного работника принципиально отличается от мышления предпринимателя. Наемному работнику достаточно хорошо сделать порученное дело и получить за это оговоренную зарплату, получить оплаченный отпуск, иметь хорошее рабочее место, компьютер и пр.

Предпринимателю никто ничего не поручает и никакой оговоренной зарплаты не платит. Он должен найти нужное количество заказов, выполнить их, получить за это деньги в таком количестве, чтобы хватило и на зарплату, и на расчеты с поставщиками и на налоги и т.д. Все зависит от того, насколько успешно работают все направления его бизнеса. А это зависит от того, как он мыслит.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Предпринимательский образ мышления - это не свод законов и предписаний, а скорее набор правил и подходов к решению всего многообразия задач, возникающих перед ним в процессе создания и управления бизнесом. Предпринимательский образ мышления не говорит, что нужно сделать в данном конкретном случае. Он говорит, чем нужно руководствоваться при решении возникших проблем.

Например, предпринимателю приходит в голову великолепная идея. Прямо нужно все бросить и поскорее заняться только ей. Однако предпринимательский образ мышления предостерегает: это только одна сторона медали. У этой медали обязательно есть и обратная сторона и предпринимателю всегда нужно найти и увидеть ее. Ведь именно там, скорее всего, спрятаны серьезные проблемы. Неважно, идет ли речь о кофемолке или кофейне. Предпринимательский образ мышления вырабатывает подход к решению самых разных проблем.

Очень часто можно услышать, что предпринимателем нужно родиться. Никто с этим и не спорит. Только в давние времена, более 100 лет назад, предпринимателями становилось подавляющее большинство населения. В России это были крестьяне, а в США – фермеры. Никто им не помогал, и они сами выживали, как могли. Как оказывается, предпринимателями рождается гораздо большее количество людей, чем мы себе это представляем. Очень успешных было не так уж и много, бедняков, с трудом сводящих концы с концами, было намного больше. *Предпринимательство* – это природные способности человека к выживанию в экономической области. Сегодняшний жизненный уклад людей и общественное устройство таковы, что предпринимательские способности оказываются невостребованными. И это приводит к тому, для многих успех сводится к карьерному росту в профессиональной деятельности или к продвижению на государственной службе. Такому положению дел способствует и система образования, ориентированная на подготовку специалистов, а не предпринимателей.

Создание *нового предпринимательского образа мышления* – не одномоментное действие вроде регистрации собственного предприятия. Факт регистрации, может быть и тешит самолюбие человека, но ни в какой мере не превращает его в предпринимателя. На создание предпринимательского мышления может уйти не так уж и мало времени. Хотя каждому может потребоваться свое время. Многое зависит от способностей человека к предпринимательской деятельности, а также от накопленного опыта и знаний.

Инженер, специалист по электроинструменту, решил открыть свой бизнес – мелкооптовую и розничную торговлю электроинструментом. Он пригласил себе на работу своего коллегу, тоже инженера, которому поручил заниматься маркетингом. Через некоторое время к ним обратился завод, выпускающий

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

электроинструмент, с предложением продавать его продукцию. Специалист по маркетингу (инженер) быстро нашел в предлагаемой продукции ряд недостатков и как знающий инженер дал заключение, что этим инструментом не стоит заниматься. Предприниматель, тоже как знающий инженер, согласился с доводами своего коллеги и отказался от предложения завода.

Однако такое мнение о продукции завода не было единственным. Руководитель продажами конкурирующей фирмы считал этот инструмент вполне достойным для включения в свой ассортимент. Он тоже знал о недостатках продукции завода. Но он обоснованно полагал, что для покупателя (особенно для тех многих покупателей, которые имели низкий достаток), эти недостатки были менее существенны, чем потребительские свойства товара и его очень привлекательная цена.

Предприниматель из-за отказа потерял много денег и значительно усилил позиции конкурента.

По образу мышления он остался инженером и только поэтому лишил свой бизнес хороших доходов. Неполученная прибыль – это реальный убыток для бизнеса. Фактически предприниматель нанес удар своему бизнесу. Мы еще не раз увидим, что удары по бизнесу наносятся самими предпринимателями чаще, чем конкурентами.

Существует тысячелетний опыт предпринимательства, который позволяет предпринимателю выработать определенные подходы к решению проблем, связанных с неблагоприятным развитием событий. Мы можем сказать, что **предпринимательский образ мышления** – это набор правил, позволяющих уменьшить, избежать, компенсировать или переложить на других (законным способом) риски бизнеса.

С другой стороны, этот тысячелетний опыт позволяет предпринимателю выработать определенные подходы к наилучшему использованию всех имеющихся у предпринимателя возможностей и ресурсов. Мы можем сказать, что предпринимательский образ мышления – это набор правил, обеспечивающих наилучшее развитие бизнеса. Предпринимательский образ мышления – самый главный навык, который необходим предпринимателю для достижения успеха в бизнесе.

До тех пор пока предприниматель будет заниматься бизнесом, он будет получать новые знания и новый опыт, и его предпринимательский образ мышления будет развиваться и совершенствоваться.

ЛЕКЦИЯ 2 ОСМЫСЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НАУЧНОЙ И УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Вопросы:

1. Р. Кантильон «Очерк о природе коммерции».
2. А. Смит «Исследование о природе и причинах богатства народов».
3. Ж.Б.Сэй «Трактат по политической экономии».
4. М. Вебер «Протестантская этика и «дух капитализма».
5. В. Зомбарт «Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности», «Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека».
6. К. Рэндолл «Кредо свободного предпринимательства».
7. Й. Шумпетер «Теория экономического развития».
8. Сильвестр «Домострой».
9. С.Н. Булгаков «Философия хозяйства», «Православие. Очерки учения Православной Церкви».
10. П. Савицкий «Хозяин и хозяйство».
11. О. Платонов «Экономика русской цивилизации».
12. Н.Н. Зарубина «Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства».
13. Р. Апресян «Ценностные контроверзы предпринимательства».
14. В. Орлов «Философия бизнеса в обществах переходного типа».

В соответствии с целью данной дисциплины рассмотрение предпринимательства будет осуществляться не в рамках экономической теории, а с позиции социально-философского анализа. Отметим, что экономический аспект предпринимательства достаточно детально рассмотрен в научной литературе. Большинство публикаций принадлежит западным авторам. Это связано с тем обстоятельством, что предпринимательство является атрибутом капитализма. Капиталистические отношения как основа западной цивилизации подверглись детальному рассмотрению, а вместе с ними и предпринимательство.

Первые научные теории о предпринимательстве появились в XVIII – XIX вв. В своих трудах ученые того времени дали научно-практическое определение сущности и роли предпринимательства в экономике. Ричард Кантильон (1680-1734) является ученым-экономистом, разработавшим одну из первых концепций предпринимательства и впервые озвучивший понятие «предприниматель» (entrepreneur). Именно он сформулировал тезис, согласно

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

которому расхождения между спросом и предложением на рынке дают возможность отдельным субъектам рыночных отношений покупать товары дешевле и продавать их дороже. В своей книге «Очерк о природе коммерции» (1725/1755) он назвал этих субъектов рынка предпринимателями («предприниматель» - в переводе с французского «посредник»).

Адам Смит (1723-1790) в своем произведении «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776) утверждает, что предприниматель – это собственник капитала, который ради реализации какой-то коммерческой цели и получения прибыли идет на экономический риск. Материальной основой предпринимательства, по мнению ученого, выступает частная собственность. Частное предприятие должно быть полезным обществу и для этого необходимы два важных условия: 1) у предпринимателя должна быть личная выгода от предприятия; 2) конкуренция должна держать его в определенных условиях.

Последователь Смита, французский ученый Жан Батист Сэй (1767-1832) в «Трактате по политической экономии» (1803) определил предпринимательство как экономическую деятельность, осуществляемую посредством постоянного комбинирования факторов, направленную на эффективное использование всех ресурсов и получение наивысших результатов. Как и Смит, Сэй был сторонником свободного предпринимательства и указывал на его активный, инновационный характер.

Также предпринял попытку проанализировать социокультурные основания предпринимательства немецкий ученый М. Вебер. Его работа «Протестантская этика и «дух капитализма»» (1904-1905) посвящена анализу капитализма и его истоков. В результате исследования специфики западной версии капитализма, автор доказывает обусловленность современного ему западноевропейского хозяйственного этоса этикой аскетического протестантизма. Своей работой Вебер задал новое направление в анализе предпринимательства, показав его социокультурную детерминированность.

В этом же направлении написаны труды В. Зомбарта «Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности» (1902) и «Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека» (1913), где автор обосновал органическо-эволюционное развитие капитализма. Особое место в работе отводится анализу составляющих капиталистического духа – предпринимательскому и мещанскому духу. В своем исследовании Зомбарт актуализировал проблему деловой морали и предлагал в этой сфере руководствоваться основами христианской веры и нравственности. Что касается протестантизма, то Зомбарт занимает антивеберовскую позицию и указывает, что современное католическое

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

церковно-нравственное учение не только согласуется с капиталистическими идеалами, но и выполняет функцию генератора предприимчивости и предпринимательского духа.

В 30-ых гг. XX века были изданы труды известного американского предпринимателя Генри Форда, а в 1953 г. – работа американского ученого К. Рэндолла «Кредо свободного предпринимательства». Последний отмечает, что цивилизованный предприниматель должен обладать сильным характером и честностью. «Обладать характером – значит чувствовать и понимать моральные проблемы, иметь смелость правильно действовать при любых обстоятельствах, складывающихся в жизни. Предприниматель, не обладающий таким качеством, как честность, ничего не стоит».

Признанным исследователем феномена предпринимательства является австрийско-американский ученый Йозеф Шумпетер, автор работы «Теория экономического развития» (1912), который считает предпринимателей особым типом людей. Их деятельность является специфической проблемой, так как они выполняют функции создания чего-то нового, а сделать что-то новое объективно труднее, чем привычное и испытанное. При этом социальная среда оказывает противодействие попыткам каждого, кто намерен внести новое, и в экономике в частности. Предпринимательская деятельность в теории Шумпетера является синонимом новаторской деятельности, а предприниматель выступает как Новатор. Предпринимательство, по Шумпетеру, - это «созидательное разрушение». Для осуществления новых комбинаций факторов производства необходимо разрушить старые, изъяв из них нужные для осуществления новшеств. Следует подчеркнуть, что предпринимательство, по Шумпетеру, особый дар, свойство человеческого характера, никоим образом не зависящее от классовой, социальной принадлежности. Мотивы предпринимателя связаны с мечтой и желанием основать свою частную империю (династию), с волей к победе и радостью творчества. Таким образом, Шумпетер определяет новый аспект рассмотрения предпринимательства, выделяя инновационность как его основную отличительную черту.

И. Шумпетер стоит на точке зрения различия понятий «предприниматель» и «капиталист» независимо от того, кого видят в нем: владельца денег, денежных требований или каких-либо материальных благ. Он считает, что можно характеризовать фигуру предпринимателя при помощи таких понятий, как инициатива, авторитет, дар предвидения и т.п. В то же время он пишет, что предприниматель прежних времен, как правило, сам был не только капиталистом, но также и - с этим очень часто приходится встречаться и сегодня — инженером собственного предприятия или его

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

техническим руководителем. Предприниматель был и в большинстве случаев остается также главным агентом по закупкам и продажам, начальником канцелярии и заведующим отделом кадров. Статус собственника дела, по мнению Шумпетера, не является определяющим при отнесении индивидуума к категории предпринимателя. Ведущую роль играет поведение индивидуума.

Интерес представляет точка зрения И. Шумпетера на роль капитала в развитии предпринимательской деятельности. «Капитал есть не что иное, — пишет Шумпетер, — как рычаг, позволяющий предпринимателю получать в свое полное распоряжение нужные ему конкретные блага, не что иное, как средство, дающее предпринимателю возможность использовать эти блага для достижения новых целей, а также ориентировать производство в новом направлении». Шумпетер определяет капитал как сумму денег и других платежных средств, которая в любой момент времени может быть предоставлена в распоряжение предпринимателя. Капитал — это агент, свойственный рыночному хозяйству.

Первоначальным капиталом Шумпетер считает сумму денег, идущую на учреждение и обеспечение нормального функционирования предприятия. Совокупная стоимость всех приобретенных благ, сумма всех производственных вложений, словом, денежная сумма, с которой начинается любое предприятие, и является первоначальным капиталом. Первоначальный капитал представляет собой определенное количество покупательной способности, дающей предпринимателю возможность иметь в своем распоряжении средства производства. Первоначальный капитал распадается на основной и оборотный. Первый расходуется на приобретение земельных участков, зданий, машин и т.д., второй — на оплату необходимых услуг труда, сырья и т.д.

По мнению И. Шумпетера, «величина капитала — это тот критерий, по которому оценивается деятельность предпринимателя, это тот талант, который он не зарывает в землю, а пускает в оборот».

И. Шумпетер исследует проблему мотивов предпринимателя, которые соответствуют девизу: еще больше. Прежде всего, это мечта и воля основать свою частную империю и—в большинстве случаев, хотя и не всегда, — свою династию. Своя империя дает предпринимателю простор и чувство власти. Шумпетер выделяет следующую группу мотивов: одному нужна «свобода» и «условия для развития личности»; другой хочет обладать «сферой влияния»; третий движим «снобизмом», но не станет этого делать.

Вторая группа мотивов связана с волей к победе. Сюда входят, с одной стороны, желание борьбы, а с другой — стремление к успеху ради успеха. В обоих случаях, считает И. Шумпетер, экономическая сторона дела сама по себе для предпринимателя совершенно безразлична. Величина прибыли здесь

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

— всего-навсего показатель успеха — зачастую только потому, что другого нет — и символ победы. И в этой группе можно выделить такой мотив, как стремление подняться вверх по социальной лестнице. Эти мотивы поведения предпринимателя принципиально отличаются от экономических.

Третья группа мотивов связана с радостью творчества, которая проявляется и в других случаях, но только в предпринимательской деятельности становится определяющим мотивом поведения предпринимателя. Это и просто удовольствие от работы, и радость, которую испытывает человек от «своего творения». И здесь блага приобретаются не ради них самих, т.е. теряется обычный смысл их приобретения.

В России сложилась национальная традиция хозяйственной деятельности, обусловленная особенностями культурно-исторического развития страны. Русский народ создал самобытный хозяйственный механизм, во многом отличавшийся от западного. Теоретической основой для хозяйствования было Священное Писание. На его базе в XVI веке был разработан и создан священником Сильвестром «Домострой» - свод норм и правил, регулирующих хозяйственную жизнь и быт русских людей. «Книга, глаголемая Домострой, имеет в себе вещи зело полезны, поучение и наказание всякому христианину - мужу, жене, и чадам, и рабам, и рабыням» – так звучит полное название произведения. В нем не говорится о предпринимательстве, но указывается на то, как вести хозяйство в соответствии с православным вероучением и здравым смыслом. Принципы, применяемые в домашнем хозяйстве, можно экстраполировать и на сферу предпринимательства, поскольку последнее является одним из видов хозяйственной деятельности.

Исследованием возможности осуществления хозяйствования на основе православных ценностей занимался С.Н. Булгаков или протоиерей Сергей Булгаков. Его работы «Философия хозяйства» (1912) и «Православие. Очерки учения Православной Церкви» (1925-26, 1929) посвящены рассмотрению основ современной хозяйственной науки, и в частности установлению внутренней связи между религией и хозяйственной деятельностью. Автор анализировал христианский тип «экономического человека». Булгаков противопоставлял хозяйственный аскетизм и хозяйственный эгоизм как модели хозяйствования и утверждал, что «хозяйственный деятель в христианстве определяется его верою» и что христианское послушание выступает той религиозной установкой, которая «определяет духовный тип хозяйственного деятеля, который должен проходить свое хозяйственное служение, в каком бы социальном положении он ни был, с чувством религиозной ответственности». Значимость исследований С.Н. Булгакова в том, что он хоть непосредственно и не анализировал предпринимательство, но показал возможность соотнесения православных ценностей и идеалов хозяйствования.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

В 1925 году П. Савицким была написана работа «Хозяин и хозяйство». Автор проанализировал сущность понятия «хозяин», развел «хозяина в потреблении» и «хозяина в производстве». Савицкий отмечал, что под последним в экономике понимается предприниматель. Однако он утверждал, что «относиться к делу «по-хозяйски» и «по-предпринимательски» - это вовсе не одно и то же. Нужно различать предпринимательство как определенную эмпирическую хозяйственно-экономическую функцию и как особую духовно-экономическую сущность. Хозяин же есть именно только духовно-хозяйственная сущность». Важное замечание: не каждый предприниматель – хозяин и действует по-хозяйски. В большинстве случаев предприниматель как «капиталистический человек» стремится к наибольшей прибыли. В то же время предпочтителен другой тип предпринимателя – предпринимателя – «доброе хозяйство», способного осуществлять социально ответственную экономическую деятельность. По словам автора, «крупный предприниматель, являющийся добрым хозяином, главное свое богатство полагает в создавшемся в его хозяйстве подворье служащих и рабочих... Добрый хозяин ставит своей целью обеспечить материальные основы жизни этих людей и по возможности достичь, чтобы они были довольны своей участью; без достижения такой цели - ему как бы хозяйство не в хозяйство; ради нее он готов нести жертвы, за счет своих доходов; в критические моменты готов оплачивать сросшихся с хозяйством людей из капитала, лишь бы не порывалась связь их с хозяйством».

В начале 90-ых гг. XX века наблюдается возрастание интереса к анализу предпринимательства, его культурно-исторических и духовно-нравственных оснований. На постсоветском пространстве внимание к предпринимательству обусловлено тем фактом, что после распада СССР частная хозяйственная деятельность сыграла важную роль в становлении рыночных отношений. Например, в 1993 году № 8 журнала «Вопросы экономики» был посвящен теме хозяйствования. Приведу названия некоторых статей, коррелирующих с данным исследованием: «Экономические проблемы и национальное самосознание» (Л. Горичева), «Возродятся ли христианские начала в экономической науке?» (Ю. Егоров), «Духовные истоки российского предпринимательства» (А. Соболевская), «Православие в его хозяйственных возможностях» (Д. Платонов), «Экономические проблемы в Новом Завете» (В. Симонов), «Христианская экономия в свете насущных задач экономической реформы в России» (А. Глаголев), «О некоторых православных принципах формирования рыночной экономики» (Э. Афанасьев).

В этот период существовали две противоположные ориентации. Сторонники одной восхваляли европейский и американский образец рыночной экономики и предлагали разработать механизмы внедрения

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

прогрессивного экономического опыта в национальную экономическую практику. Ими западная модель развития воспринималась как наиболее желанная, а зачастую и как единственно возможная. Их противники отстаивали право постсоветских государств идти по собственному пути развития, обусловленному национальными особенностями. В защиту своей точки зрения они приводили тот факт, что, например, Российское государство существует тысячу лет и развивается благодаря высокоэффективной системе хозяйствования. Первые абсолютизировали экономическую составляющую предпринимательства, вторые – культурную. На наш взгляд, они выражали не взаимоисключающие, а взаимодополняющие позиции, т.к. предпринимательство выступает как культурно-цивилизационный феномен, где культурное всегда самобытно, а цивилизационное – алгоритмично и универсально. Рыночная экономика – сфера действия объективных экономических законов, универсальных механизмов и моделей. Культура же всегда аутентична, уникальна. Поэтому спор о приоритете культурного или экономического в предпринимательстве изначально бесперспективен, поскольку предпринимается попытка соотнести несопоставимые понятия.

Самобытность экономики русской цивилизации раскрывается в одноименной работе О. Платонова «Экономика русской цивилизации», где автор приводит и комментирует тексты «Русской правды», документы русских государственных деятелей, «Домострой», отрывки из произведений В.А. Кокорева, И.К. Бабста, Т.В. Прохорова, К.Д. Кавелина, А.И. Васильчикова и других. В своей работе Платонов отмечает, что «главными чертами русской цивилизации, отличающими ее прежде всего от западной, являлись: преобладание духовно-нравственных основ над материальными, культ добротолубия и правдолюбия, нестяжательство, развитие самобытных форм демократии, воплотившихся в общине и артели». Ученый анализирует причины различий в отношении к труду, собственности, богатству в русской и западной культуре и приходит к выводу, что «параметры русской модели экономики должны быть положены в основу при разработке любых экономических мероприятий» и что «западные критерии и стандарты экономического развития не могут быть ориентирами для русской экономики».

Анализу культурно-исторических основ западной модели предпринимательства посвящена статья Ю. Бородая «Почему православным не годится протестантский капитализм?». Ученый подвергает разбору основания капитализма, рассмотрев работы К. Маркса, А. Тойнби, М. Вебера и В. Зомбарта, и отмечает, что «мы – не протестанты. И даже не католики... Слепое копирование никому и никогда не приносило успеха».

В статье Н.Н. Зарубиной «Религиозные ориентации постсоветского

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

предпринимательства» религиозность предпринимательства рассматривается как социологическая проблема. Автор проводит параллели между духовными ориентациями и ценностями дореволюционных русских и современных предпринимателей. Поведение последних свидетельствует о том, что их религиозность достаточно поверхностна и в большинстве случаев ориентирована на «оптимизацию внешней среды», т.е. на создание положительного образа в глазах окружающих. Н.Н. Зарубина делает вывод о том, что «отношение современного предпринимателя к религии наполнено разными смыслами и имеет разные социокультурные доминанты».

Достаточно глубоко проработан вопрос о возможности осуществления предпринимательской деятельности в соответствии с христианским вероучением в работах В. Кандалинцева. Он предложил использовать принцип перевода православных духовных норм в область экономических смыслов. В. Кандалинцев имеет собственный сайт «Блики света», является автором ряда работ и публикаций по теме «Христианство и бизнес». Он не только говорит о принципиальной возможности использовать православные ценности в сфере бизнеса, но и разрабатывает нормы православной корпоративной культуры. Что касается прибыли как основной цели и мотива предпринимательской деятельности, то Кандалинцев замечает, что «она бесплодна вне служения Богу и людям, как бесплоден секс вне целей и обязанностей брака, как бесплодно все бездуховное в нашем преходящем мире. Но если прибыль - это средство ко все более полному исполнению заповедей любви (через расширение дела и вытекающее из него предоставление другим людям достойной работы, расширения круга хороших товаров, предлагаемых потребителям и т.д.), причем именно это понимание прибыли отчетливо осознается, то тогда предприниматель – ветвь на виноградной лозе, приносящая свой плод». Таким образом, автором подчеркивается значимость социально ответственного предпринимательства.

Р. Апресян в статье «Ценностные контрверзы предпринимательства» актуализирует проблему ценностного содержания таких понятий как «предпринимательство» и «рыночные отношения». Для себя мы отметили крайне важную для нашего исследования мысль, высказанную в статье: «Социально-этическая ответственность предпринимателя не вытекает из внутренних закономерностей деловых отношений, но понимание ее необходимости приходит на основе осмысления разнообразного - в культурном и историческом смысле - опыта безответственного предпринимательства, сориентированного исключительно на получение прибыли. Поэтому не только бизнес, а общество в целом (может быть, в первую очередь именно оно) нуждаются в этике бизнеса для определенного - не авторитарного и не патерналистского - упорядочения деловой активности».

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

В белорусской научной литературе есть работы, определенным образом коррелирующие с данным исследованием.

Социологический анализ предпринимательства осуществила И.А. Андрос в своем диссертационном исследовании «Социокультурные факторы формирования предпринимательства в экономике Республики Беларусь (на примере Брестской области)». Автор актуализировала проблему понимания предпринимательства как феномена, детерминированного социокультурными факторами. Важными являются и результаты социологических исследований И.А. Андрос в сфере бизнеса, иллюстрирующие качественные характеристики предпринимателей.

В оригинальном контексте рассмотрено предпринимательство в статье В.И. Чуешова и И.Г. Подпорина «Христианская мораль, социальная коммуникация, предпринимательство». Авторами проанализирована роль и место христианства в современном мире. Отмечается его готовность принимать участие в решении актуальных проблем общества, в том числе в поиске мировоззренческих оснований рыночной экономики и предпринимательства.

«Философия бизнеса в обществах переходного типа» В. Орлова – вероятно, самая крупная работа в Беларуси за последние 10 лет, описывающая предпринимательство как социально-философский феномен. В исследовании, по словам автора, «был произведен целостный философский анализ предпринимательской деятельности, выявлены ее социально-коммуникативные и экзистенциальные аспекты; рассмотрена структура бизнеса как деятельности, раскрыты механизмы его функционирования; рассмотрены проблемы, противоречия и достижения частного предпринимательства в обществах переходного типа; выявлены основные факторы, препятствующие развитию бизнеса на постсоветском пространстве».

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ЛЕКЦИЯ 3 БИЗНЕС И ТЕОРИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Вопросы:

1. Основные подходы к определению деятельности, ее структура.
2. Многофункциональная структура бизнес-деятельности.
3. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве (семинар).
4. Социальная ответственность бизнеса. Дискуссии о социальной ответственности (семинар).

1. Проблема деятельности получила свое философское обоснование только в конце XVIII - начале XIX столетия. В первую очередь это обоснование связано с именами Г. Гегеля и К. Маркса. В 1890 г. французский философ, социолог и психолог Альфред-Виктор Эспинас впервые использовал термин «праксиология». Под этим термином понимается общая теория человеческой деятельности.

Для формирования комплексного понимания сущности деятельности как феномена человеческого бытия, необходимо рассмотреть основные ее характеристики:

1) деятельность есть специфически человеческая форма отношения к миру, содержание которой составляет целенаправленное и целесообразное преобразование мира, творение людьми собственных общественных отношений и самих себя;

2) в отличие от целенаправленного биологического поведения в животном мире деятельность всегда произвольна, она предполагает свободное целеполагание, проектирование целей;

3) способ деятельности определяется не биологическими задатками, а исторически выработанными социокультурными программами, которые не только реализуются в деятельности, но вырабатываются и изменяются в ней.

4) деятельность способна к неограниченному саморазвитию, в этом обнаруживается ее принципиальная открытость и универсальность;

5) первичной формой деятельности является ее совместное, коллективное выполнение (В.С. Лазарев).

Кроме этого, следует рассмотреть варианты дефиниций деятельности, а также выделить ее структурные элементы и виды. С. Каган полагает, что человеческая деятельность может быть определена как активность субъекта, направленная па объекты или на других субъектов, а сам человек должен рассматриваться как субъект деятельности. Он выделяет три основных элемента деятельности:

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- субъект, наделенный активностью и направляющий ее на объекты или на других субъектов;

- объект, на который направлена активность субъекта;

- сама эта активность, выражающаяся в том или ином способе овладения объекта субъектом или в установлении субъектом коммуникативного взаимодействия с другими.

Б.Г.Ананьев в работе «Человек как предмет познания» определил основные социальные виды деятельности - труд, общение и познание.

Как форму активного отношения человека к окружающему миру; мотивированную совокупность закономерно связанных между собой поведенческих актов и последовательно совершаемых действий, направленных на выполнение определенных задач, на достижение тех или иных социально значимых целей определяет деятельность С.М. Вишнякова.

В связи с большим разнообразием точек зрения на сущность деятельности разные авторы приводят и различную ее структуру. Так, например, Э. Г. Юдин в структуру деятельности включает цель, средства, результат и сам процесс деятельности.

Г. Е. Суходольский выделяет следующие компоненты структуры: потребность - направленность личности - мотив - цель - результат - контроль - оценка. В. Э. Мильман в структуре деятельности рассматривает такие компоненты: потребность - мотив - цель - объект - предмет - условия - средства - состав - план - продукт - контроль – оценка.

Деятельность всегда побуждается определенными мотивами. Мотивы - это то, ради чего выполняется деятельность (например, ради самоутверждения, денег и т. п.).

2. Бизнес традиционно обрисовывают в экономических определениях. Но, как всякая деятельность, бизнес не может исчерпывающе охарактеризован описанием только как экономический феномен. Разумеется, что исследование и общественного, и личного, и правового, и других качеств бизнеса более актуально, чем его экономической стороны. Системный подход к исследованию бизнеса возможен с внедрением средств общей теории деятельности. Бизнес есть деятельность, осуществляемая с целью получения прибыли. Прибыль - основная цель бизнеса, она лежит в экономической плоскости. Это не исключает и остальных составляющих цели: личной (самореализация), социальной (престиж) и т.п. Но финансовая составляющая (прибыль) является ведущей, и этим бизнес различается от остальных методов заслуги самореализации и престижа. Как всякая деятельность, бизнес имеет свою систему правил, норм, традиций,

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

определяющих средства и способы деятельности. Совокупность применяемых средств и способов либо объектов деятельности задает многофункциональную позицию субъекта деятельности. Не важно какая деятельность охватывает несколько субъектов с различными, но взаимосвязанными многофункциональными позициями. Многофункциональная структура бизнес-деятельности включает последующие позиции.

1. Бизнесмен. Его функция - создание проекта новейшей структуры публичной системы производства-потребления, в какой отведено место создаваемому предприятию; Продукт деятельности бизнесмена есть системный проект.
2. Организатор. Его функция - создание внутренней структуры (оргструктуры) новейшей компании и ее материальное наполнение (люди, технологии, оборудование и остальные составляющие, образующие потенциал компании, т.е. формирующие его способности в осуществлении производства, воспроизводства, функционирования и развития). Продукт деятельности организатора - предприятие, готовое начать работу и делать функции в публичной системе производства-потребления, предписанные бизнесменом.
3. Управленец. Его функция - приведение в движение всех компонентов потенциала компании и наружных ресурсов, реализация действий как в наружных связях, так и во внутренней структуре компании, оперативное регулирование его функционирования и управление развитием. Продукт деятельности управленца - реально воплощенные процессы, реализующие данные бизнесменом цели.
4. Исполнитель. Его деятельность конкретно является механизмом осуществляемых предприятием действий. Продукт деятельности исполнителя есть продукт компании.
5. Управляющий. Его функция лежит в сфере материального наполнения производственной системы. Продукт деятельности управляющего - работоспособный и работающий коллектив компании.

Бизнес как система деятельностей включает не только лишь репродуктивную, нормативно заданную деятельность (соответствующую, в основном, для позиции исполнителя), да и (в основном) инноваторскую деятельность, неразрывно связанную с мышлением, создающим новое: новейшие потребности, новейшие продукты, новейшие схемы взаимосвязей и т.п. Потому важным вопросом является ценностное регулирование бизнеса, влияние на его проектирование и реализацию идеологии, правосознания, этических норм и эстетических взглядов. Более важен вопросом о влиянии бизнеса на изменение ценностных ориентаций как отдельного человека, так и социальных групп и, в этом смысле, влияние на ценностную стратификацию

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

общества. Таким образом, бизнес есть полисистема, представляемая в разных качествах разными схемами и наборами позиций. При проектировании определенного бизнеса нужно синтезировать описанные подходы с учетом отмеченной выше ведущей роли экономической составляющие цели.

3. Деятельность всегда мотивирована, т. е. направлена на достижение цели мотива, однако ее не следует смешивать с мотивацией. Различают социальные цели (общественный идеал) и индивидуальные цели (частный интерес), между которыми в реальной жизни существует противоречие. В бизнесе это противоречие носит ярко выраженный характер: должное по отношению к обществу, как правило, ведет к снижению прибыли бизнесменов. Иногда деятельность бизнесменов, наиболее полезная для общества в целом и наиболее нужная для развития всей системы частного предпринимательства, вообще остается без вознаграждения. Так, например, те предприниматели, которые являлись первопроходцами новых методов организации производства, крайне редко получали адекватное вознаграждение за свою деятельность. С другой стороны, в бизнесе всегда существует возможность получения прибыли путем деятельности, наносящей ущерб общественным интересам. Ведь бизнес - это всегда конкурентная борьба, в которой выживает сильнейший, что приводит к появлению таких методов организации производства, которые оказываются лучше всего приспособленными к обеспечению экономического процветания бизнесмена в обществе, но не обязательно будут приносить наибольшую пользу для самого общества.

В широком смысле социальная ответственность бизнеса обозначает действия хозяйственного субъекта по оказанию благоприятного влияния бизнеса на общество, когда получение экономического эффекта базируется на участии предприятия в обеспечении устойчивого развития. Социальная ответственность, в отличие от юридической, подразумевает определенный уровень добровольного отклика на общественные проблемы. Этот отклик имеет место по отношению к тому, что лежит вне определяемых законом требований или же сверх этих требований.

Суть концепции социально-ответственного бизнеса заключается в том, что предприниматели должны не только заботиться о прибыли и уплате налогов, но и разделить с обществом ответственность за социальную несправедливость, экономическое неравенство и экологические проблемы, участие в экономической адаптации социально-незащищенных слоев населения и охране окружающей среды.

В обществе сложились представления о том, что бизнес должен ответственно действовать в таких сферах, как защита среды обитания, здравоохранение и безопасность, гражданские права, защита интересов потребителя и т. п. Следовательно, предприниматели должны часть своих

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ресурсов и усилий направлять на пользу местных сообществ, в которых функционируют их предприятия, и, таким образом, на пользу общества в целом, так как организации не могут длительное время работать ответственным образом, находясь в конфликте со своим окружением. Для успешного бизнеса предприятие должно уметь приспосабливаться и откликаться на проблемы, возникающие в социальной среде, чтобы сделать эту среду более благожелательной к организации. Расходы на социальную ответственность оправданы фактом совершенствования различных сегментов общества, а также улучшением отношения общественности к бизнесу, что повышает лояльность потребителей к производителям продукции, снижает уровень государственного регулирования и ведет к общему улучшению состояния общества. Однако бизнес, чтобы стать социально ответственным, должен анализировать собственные прямые действия и окружающую их среду и выбирать такие программы, которые помогут этой среде в наибольшей мере.

Однако не подлежит сомнению, что для любого предпринимателя на первом месте стоит выживание его бизнеса и только потом - проблемы общества. Если предприниматель не способен вести дело с прибылью, вопрос о социальной ответственности становится по преимуществу академическим. Тем не менее, предприниматели должны вести свои дела в соответствии с общественными ожиданиями и с философской точки зрения целью предпринимательства должно быть удовлетворение основных жизненных и культурных потребностей человека

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ЛЕКЦИЯ 4 МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Вопросы:

1. Межкультурная коммуникация в бизнесе как оптимизация деловых контактов.
2. Формы межкультурной коммуникации.
3. Основные нормы международного делового этикета.

1. Межкультурная коммуникация в бизнесе как оптимизация деловых контактов.

Как отдельный человек не может нормально существовать в изоляции от других людей, так и ни одна культура не способна полноценно функционировать в изоляции от культурных достижений других народов. В процессе своей жизнедеятельности они вынуждены постоянно обращаться или к своему прошлому, или к опыту других культур. В настоящее время практически нет совершенно изолированных от мира культурных общностей, кроме небольших туземных племен, затерянных в самых укромных уголках планеты. Сегодня естественна ситуация, когда любой народ открыт для восприятия чужого культурного опыта и одновременно сам готов делиться с другими народами продуктами собственной культуры. Это обращение к культурам других народов получило наименование «**взаимодействие культур**» или «**межкультурная коммуникация**». Как правило, эти понятия рассматриваются в качестве синонимов, хотя у них есть некоторая специфика.

Для успешного делового общения между иностранными партнерами необходимо не только знание языка, но и осведомленность о национальной культуре собеседника. Незнание принципов межкультурного делового общения может привести к непониманию и даже конфликтам, которые негативно отражаются на бизнесе.

Термин «*межкультурная коммуникация*» появился в середине 20 века. На протяжении последних 60 лет исследователи из разных областей объединяют свои усилия, чтобы выявить успешные стратегии делового общения между представителями разных стран. Сегодня данная дисциплина использует знания таких сфер как лингвистика, культурология, психология, социология, антропология и некоторых других. Межкультурная коммуникация преподается во многих учебных заведениях по всему миру.

Для современного общества и особенно деловой среды характерна тенденция к глобализации и мобильности. Компании выходят на международный уровень, сотрудничают с партнерами из разных стран. Для современного высококвалифицированного специалиста появляются возможности трудоустройства по всему миру. Общение с людьми из других стран на рабочем месте становится нормой.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Эффективное бизнес-общение

Для того чтобы межкультурное взаимодействие было успешным, безусловно, важно владеть иностранным языком. Вторым ключевым инструментом становится осведомленность о картине мира собеседника. Она включает в себя различные представления об окружающей действительности, стереотипы и суждения, модели поведения, которые человек усваивает по мере взросления. Грубо говоря, наше окружение определяет то, как мы относимся к жизни, миру, какими принципами руководствуемся, какие решения принимаем, в том числе и в профессиональной деятельности.

Если вы работаете с коллегами из другой страны или ищете работу за границей, сведения по межкультурной коммуникации станут для вас ключом к успеху. Изучите типичные представления, стереотипы, модели поведения, выучите пословицы и поговорки, которые очень хорошо отражают национальную картину мира. С этими знаниями вы сможете

- избежать недопонимания, искажения смысла и конфликтов,
- говорить с собеседником на одном языке,
- понимать не только вербальное сообщение, но и ход мыслей вашего партнера или коллеги,
- адекватно оценивать не только слова, но и жесты собеседника.

2. Формы межкультурной коммуникации.

Выделяют четыре основные формы межкультурной коммуникации — прямую, косвенную, опосредованную и непосредственную.

При **прямой коммуникации** информация адресована отправителем непосредственно получателю и может осуществляться как в устной форме, так и в письменной. При этом наибольший эффект достигается посредством устной речи, сочетающей вербальные и невербальные средства.

В **косвенной коммуникации**, которая носит преимущественно односторонний характер, информационными источниками являются произведения литературы и искусства, сообщения радио, телевизионные передачи, публикации в газетах и журналах и т.п.

Опосредованная и непосредственная формы коммуникации различаются наличием или отсутствием промежуточного звена, выступающего в роли посредника между партнерами. В качестве посредника может выступать человек, техническое средство. Коммуникация, опосредованная техническими средствами, может оставаться прямой (разговор по телефону, переписка по электронной почте), но при этом исключается возможность использования невербальных средств.

В межкультурной коммуникации принято выделять *внутренний* и *внешний* контекст коммуникации.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

В качестве **внутреннего контекста** выступают совокупность фоновых знаний, ценностные установки, культурная идентичность и индивидуальные особенности индивида. К этому контексту можно отнести настрой, с которым коммуникант вступает в общение и который составляет психологическую атмосферу коммуникации.

Внешний контекст коммуникации составляют время, сфера и условия общения. Для межкультурной коммуникации важным обстоятельством является место проведения коммуникации, определяющее фон коммуникативного процесса. Так, коммуникант, находящийся на своей территории, чувствует себя более комфортно и лучше ориентируется в пространстве собственной культуры, чем иностранец. Характер коммуникации на рабочем месте и дома будет различаться по степени углубления в бытовую культуру и влияния личностных факторов.

Временной контекст - это хронологический период, в котором происходит коммуникативная ситуация. В различные периоды времени взаимоотношения между участниками (партнерами) коммуникации складываются по-разному.

Хронологически различают коммуникации:

- *одновременные*, которые происходят путем личных контактов, по телефону, сети Интернет в режиме on-line;
- *разновременные* — все остальные коммуникативные ситуации.

Можно выделить следующие сферы общения для межкультурных коммуникаций:

- дипломатическая деятельность;
- профессиональные контакты;
- торговля, бизнес;
- международные обмены;
- учебы за границей;
- путешествия;
- миграция;
- военные действия.

3. Основные нормы международного делового этикета

Международный деловой этикет – результат длительного отбора правил и норм наиболее целесообразного поведения, которое способствует успеху в международных деловых отношениях. Установление прочных деловых связей и отношений с зарубежными партнерами обязывает знать и уметь использовать принципы и правила делового этикета различных стран.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Международный этикет включает в себя нравственные и поведенческие установки различных социальных и национальностей групп. Знание и соблюдение элементарных правил и норм этики и этикета, способствует более эффективному повседневному, деловому, а также международному общению.

В связи с увеличением интенсивности международных контактов особое внимание направлено на изучение процесса общения представителей разных национальностей. Национально–культурная специфика оказывает огромное влияние на эффективность общения. Когда в контакт вступают представители разных национальных культур, даже говоря на одном языке, каждый представитель действует по своей национальной модели поведения, иногда весьма резко отличающейся от модели поведения другого представителя.

В каждой стране и у каждого народа существуют традиции и обычаи общения и этики. Существует две точки зрения на наличие национальных особенностей. Во–первых, каждая нация признает наличие своих особенностей в сфере этики и этикета, отводит национальным особенностям одно из центральных мест в международном общении, в частности на переговорах, составляющих основу общения. Во–вторых, интенсивность делового общения в современном мире приводит к «размыванию» национальных границ, формированию единых норм и правил. Увеличение численности бизнесменов и туристов, которые посещают зарубежные страны, знакомятся с их культурой, приводит к постепенному сближению обычаев, нравов и этикетов народов разных стран.

Итак, участники международного общения должны придерживаться единых норм и правил, но национальные и культурные особенности могут оказаться весьма значительными в деловых отношениях. Современный деловой человек должен знать, уважать и уметь применять формы общения, принятые в стране его собеседника.

Национальные особенности – стили, типичные для тех или иных стран, а не определенных национальностей. Объективно описать национальный стиль делового общения практически невозможно, поскольку всегда работают устоявшиеся стереотипы национальных черт тех или иных народов.

Национальный стиль – это наиболее распространенные, вероятные особенности мышления, восприятия, поведения.

В основе делового этикета также лежат черты национального характера. Национальный характер – это нечто приобретенное во время взаимодействий внутри определенного сообщества людей на протяжении многовековой истории; совокупность важнейших способов общения, сложившаяся на основании системы ценностей данного общества, которая усваивается им как на сознательном, так и на бессознательном уровне.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

В международный бизнес активно включается все большее число людей, часто не обладающих опытом международного общения. Они вносят значительный элемент национальной специфики. Однако в процессе межличностных и деловых связей с представителями других стран важно иметь информацию об особенностях их национального характера и отличительных манерах поведения, чтобы быть готовым к возможному проявлению непредвиденных действий, поступков.

При межнациональном общении в случае отсутствия языкового понимания на первый план выходят мимика и жесты. Совокупность мимики, жестов и поз – это настоящий, хотя и бессловесный, язык. Но, как и всякий язык, у каждого народа он свой. Один и тот же жест у разных народов может иметь совершенно иное толкование. Поэтому для успешного общения с представителями других государств необходимо изучить те невербальные формы общения (жесты, пространственно–временную организацию общения, позы, мимику), которые приняты в их стране.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

РАЗДЕЛ 2. МЕНДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ ИКТ ЛЕКЦИИ 5-7

ЛЕКЦИЯ 5 ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА ФРИЛАНСЕРА

Вопросы:

1. **Понятие фриланса, ИТ-фриланс.**
2. **Планирование и организация труда фрилансера.**
3. **Сравнение официального трудоустройства и фриланса, преимущества и недостатки.**

1. Понятие фриланса, ИТ-фриланс.

Фриланс — вид удаленной, проектной работы, при которой заказчик и исполнитель не имеют непосредственного физического контакта, встречи, и все детали проекта, задание, оговариваются и согласуются с использованием средств телекоммуникаций, глобальных сетей, цифровых данных. В переводе с английского «freelance» обозначает свободу, внештат, что говорит о отсутствии каких-либо зависимостей исполнителя от компании. Отсюда следует что фриланс не имеет какого-либо отношения к договорам об оказываемой услуге, сроках выполнения, неустойках при невыполнении или несоответствии оговариваемым срокам выполняемой работы, за некоторыми исключениями. К таким исключениям можно отнести сделку между исполнителем (фрилансером) и заказчиком с использованием «сделки» в фриланс-сервисе.

Понятие фриланса частично пересекается с понятием удаленной работы, но между ними можно провести жесткую грань. Не смотря на то, что в обеих случаях география исполнителя и заказчика не играют абсолютно никакой роли, между фрилансом и удаленной работой разница в легализации работ, а так же строгим режиме отчетов о проделанной работе, требовании сетевого статуса «online» в пределах официального времени работы.

Фриланс берет свое начало с времен появления средств телекоммуникаций и возникновения средств связи, ведь именно они являются ключевым требованием для проведения фриланс работ и взаимодействия между заказчиком и исполнителем. На данный момент фриланс пользуется большой популярностью и продолжает набирать обороты из-за появления и глобализации сети интернет, которая бесспорно, абсолютно и полностью охватывает и обеспечивает все средства взаимодействия между заказчиком и исполнителем. На сегодняшний день фриланс охватывает широкий спектр типов оказываемых услуг, которые может «провести» используя глобальную сеть интернет. Уже можно догадаться, что оказывать фриланс-услуги возможно, а вернее удобнее всего, только в том случае, если

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

эти работы, результат работы возможно согласовать, реализовать, передать результат работы используя сеть интернет. По мимо того, что ИТ создали почву для фриланса, ИТ сами же пользуются большой популярностью в нем, а вернее занимают первую позицию в списке услуг проводимых в фрилансе. Не удивительно, ведь ИТ полностью «не поддерживают» принцип хранения и передачи информации в нецифровом виде, что полностью соответствует требованиям фриланса. Из этого следует что заниматься фрилансом(оказывать услуги удаленно) может любой желающий(студент, преподаватель, безработный, школьник и другие лица). Исходя от этого ИТ-фриланс занял абсолютно иную нишу по сравнению с другими сферами в фрилансе, он имеет самый большой перечень оказываемых услуг — разработка ПО, пен-тестинг и несанкционированный доступ к данным, разворачивание информационных систем и их поддержка, проектирование ИТ-проектов, разработка баз данных и др.. Помимо ИТ-фриланса, популярностью в фрилансе пользуются так же графические дизайнеры, рерайтеры, контент-менеджеры, математики, юристы и экономисты. Не смотря на все плюсы фриланса для заказчика и исполнителя, неудовлетворенным остается государство, так как все финансовые потоки в фрилансе проходят без налогообложений, что и подталкивает государство к созданию механизмов искоренения фриланса.

2) Сравнение официального трудоустройства и фриланса, преимущества и недостатки.

ИТ-фриланс и официальная работа всегда будут идти параллельно друг друга, так как в большинстве случаев фрилансеры оказывают именно те услуги и работы, которые выполняют на работе (в случае работы официально), хотя некоторые фрилансеры являются фрилансерами не в той области которой работают официально, а занимаются тем что нравится - хобби. Некоторые и вовсе никогда не работали и являются фрилансерами, а для некоторых фриланс — работа. Несомненно, фриланс и официальная работа — это медали имеющие и обратные стороны. Говоря о фрилансе, мы знаем что фриланс практически не имеет юридической стороны и соответственно как заказчик так и исполнитель не имеют юридической защиты, а все данные (технические задания, договоренность о стоимости услуги/работ, сроки выполнения и др. детали) не имеют юридической силы, а зачастую наоборот привлекают заказчика и исполнителя к уголовной/административной ответственности, так как и те и другие не уплачивают налоги.

На сегодняшний день большой популярностью пользуются так называемые электронные деньги (WebMoney, Яндекс Денги, Qiwi и др.). Несомненно, электронные деньги обладают рядом преимуществ над своими физическими «сотоварищами», среди которых: удобство расчета за товары находящиеся на расстоянии, скорость и разнообразие управления средствами,

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

низкий процент комиссии за перевод, сложность контролирования операций над средствами государством (при использовании внегосударственного сервиса) (это интересует фрилансера больше всего!). Любой сервис электронных денег налаживает ограничения на размер хранимых средств для неподтвержденных аккаунтов (профилей пользователя и его кошельков), за исключением тех случаев когда фрилансер подтверждает аккаунт соответствующими документами. Фрилансеры в основном используют сервисы электронных денег не своего государства, так как в этом случае сервисы не в праве разглашать информацию о своих счетах и пользователях. В основном даже уполномоченные органы государства не имеют доступа к информации о счете и его операциях, за исключением случаев межгосударственных скандалов.

Официальное трудоустройство же обеспечивает нам стабильный график работы (для некоторых это не плюс), страхование, опыт работы, строительство жилья, защиту согласно трудового кодекса. Исходя из этого, в фрилансе и в официальном трудоустройстве можно выделить основные плюсы и минусы:

Фриланс, плюсы: при работе с зарубежными заказчиками, плата порядком выше, полностью свободный график работы и свободная обстановка, отсутствие прямого начальника, более высокая заработная плата по сравнению с официальным трудоустройством, «отпуск» в любое время.

Фриланс, минусы: возможное мошенничество, отсутствие защиты со стороны государства, необходимость самому разбираться во всем, отсутствие записи в трудовой книжке, возможность получения административной/уголовной ответственности со стороны государства, проблемы с поиском работы на начальном этапе.

Официальное трудоустройство, плюсы: социальная защита и страхование, возможность получения(постройки) кооперативного жилья, трудоустройство согласно трудового кодекса, защита прав, стабильный рабочий график(для многих это плюс).

Официальное трудоустройство, минусы: время получения отпуска(проблема имеет место), строгий график, более низкая заработная плата, уплата налогов, жесткий график работы, точная подчиненность руководству.

3) Фриланс-сервисы, понятие фриланс-сделки, оценка профессиональных навыков фрилансера, а так же заработок сервиса на этом.

Говоря о фрилансе, нельзя не иметь представления о том как проходит согласование расчета и расчет между заказчиком и исполнителем, и самом процессе договора между заказчиком и исполнителем, называемом «фриланс-сделкой» или просто сделкой. Сделки в фрилансе по способу проведения делятся на 2 типа: с контролем средств, без контроля. Сделка с контролем

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

средств («безопасная сделка») является услугой фриланс-биржи, в то время как сделка без контроля средств рассчитана на доверие, как в расчете заказчика, так и в качестве услуги фрилансера с его стороны. Сделки без контроля средств и на сегодняшний день имеют место, но при этом современные фрилансеры и заказчики обезопасивают(подберите сами слово)))) себя самыми разными способами. Например схема web-фрилансера и заказчика следующая: перевод предоплаты фрилансеру заказчиком, разработка сайта фрилансером, по готовности проекта фрилансер разворачивает сайт на тестовом (хостинг для проверки работоспособности проекта) хостинге, после чего сообщает заказчику о готовности проекта, заказчик тестирует сайт, после чего(при необходимости) проводятся доработки или исправление фрилансером работы, расчет фрилансера заказчиком. В фрилансе существуют две основные единицы измерения средств: проект, часовая тарифная ставка. Часовая тарифная ставка (далее ЧТС) — стоимость одного часа работы фрилансера. Стоимость ЧТС зависит от типа услуги, а так же уровня профессионализма фрилансера. ЧТС устанавливается фрилансером самостоятельно. Исходя из этого можно выделить четыре основных финансовых схемы расчета в фрилансе: расчет с предоплатой, поэтапный расчет, расчет по результату, расчет по часовой ставке. Как и везде, в фрилансе можно встретить мошенников. Как правило это «фрилансер», берущий предоплату, при этом и не имеющий и мысли о выполнении проекта, или же заказчик, который получает результат работы при этом не рассчитав после этого фрилансера.

Так как фриланс-сделки зачастую оперируют большими финансовыми средствами, а их потеря в случае мошенничества критична, то многие заказчики и фрилансеры прибегают к использованию услуги «безопасная сделка» фриланс биржи. Фриланс-биржи не ограничиваются лишь услугой «безопасная сделка», а так же имеют некоторые другие услуги: поиск фрилансеров и проектов для исполнения, рейтинговая оценка и отзывы о фрилансерах и заказчиках, системы обмена сообщениями, аттестация уровня фрилансера, разграничения доступа к информации о проекте по уровню фрилансера и др.. Фриланс биржа — сервис, обеспечивающий, частичную автоматизацию цикла по реализации проекта, безопасности средств участвующих в сделке, точную информацию о профессиональном уровне фрилансера. Так как фриланс непосредственно связан с сетью интернет, то фриланс-биржи в основном являются web-сервисами и реализованы в виде web-сайтов для использования в графических браузерах.

К основным постсоветским фриланс-биржам можно отнести: <http://itfreelance.by> — Белорусский сервис ITFreelance, <http://freelance.ru> — Российский сервис freelance.ru, <https://www.fl.ru/> - Российский сервис fl.ru. К зарубежным: <https://www.upwork.com/> - Американский сервис UpWork,

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

<https://www.freelancer.com> – Австралийский сервис Freelancer,
<http://www.freelance.com> – Французский сервис Freelance.

Механизм «безопасная сделка». При согласовании бюджета, деталей и сроков, проекта фрилансер и заказчик открывают виртуальную безопасную сделку, высылая при этом полную информацию о ней в сервис фриланс-биржи, устанавливая сроки ее жизни, которые превышают сроки сделки, что позволяет при мошенничестве или невыполнении работ вернуть средства, после чего у заказчика на определенное время(время сделки) блокируется сумма средств на счете, привязанном к аккаунту фриланс-биржи(при безопасной сделке обязательна привязка счетов карт к аккаунту), и только после выполнения работ, заказчик отправляет информацию о окончании проекта и фрилансер подтверждает информацию также, после чего блокируемая сумма переводится на счет фрилансера.

Помимо безопасной сделки, фриланс биржи так же предоставляют услуги по аттестации профессионального уровня фрилансера, что обеспечивает сложить общую картину заказчику о фрилансере, так как пройденные экзамены и тесты фиксируются в профиде фрилансера. Сдача экзамена/аттестация является платной услугой фриланс-биржи. Так же имеет место и такой показатель как «покупаемый профуровень» – статус фрилансера, зачастую отображаемый в профиле, на фото и миниатюре профиля, который дает доступ к проектам, помеченным для специалистов не ниже его уровня. К примеру к данным проекта помеченным «только для рго», будут иметь фрилансеры, имеющие профуровень не ниже «рго». Профуровень покупается фрилансером у фриланс-биржи на определенный срок. Профуровни имеют несколько степеней и возможность приобрести определенный уровень зависит от общего рейтинга и отзывах, количестве проведенных сделок и профаттестаций. Фриланс-биржа зарабатывает на безопасной сделке(получает процент), на профуровне, на аттестации. Отсюда следует, что сервис фриланс-биржи так же зарабатывает свой «кусочек средств».

Фриланс как способ ухода от уплаты налогов, методы поиска и борьбы с фрилансом в РБ.

На сегодняшний момент некоторый процент ИТ-специалистов не имеют возможности устроиться на вторую работу по самым разным соображениям, например: присмотр за детьми, помощь по дому, отсутствие работы в его регионе и др., что подталкивает его к фрилансу. Не смотря на весомые положительные стороны фриланса, государство жаждет так же поиметь с этого средств. Не уплачивая налоги, фрилансер получает большую сумму денег, пользуясь при этом всеми благами государства. Именно это и подталкивает уполномоченные государственные органы к созданию механизмов искоренения фриланса: поиск фрилансеров в фриланс-биржах, фальсификация

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

заказчика в фриланс-сделке, закрытие интренет-сайтов(портфолио, визиток) фрилансеров. Фриланс и его искоренение – это задача «о зайце и черепахе», которая всегда актуальна: государство всегда будет искоренять фриланс и придумывать новые методы уловок фрилансеров, фрилансеры всегда будут скрываться и фрилансить.

ЛЕКЦИЯ 6 ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ

Вопросы:

- 1. Разработка программного обеспечения как бизнес процесс.**
- 2. Инфраструктура ИТ-отделов, команд, роли сотрудников.**
- 3. Основные типы ПО, специфика разработки, стоимость.**
- 4. Средства, сервисы и продукты оптимизации процесса разработки ПО.**
- 5. Услуги аутсорсинга и консалтинга в ИТ.**

1. Разработка программного обеспечения как бизнес процесс.

С того самого времени, когда ИТ берут «свой старт», разработка программного обеспечения заняла абсолютно иную нишу и требовала неких дополнительных знаний от специалиста обладающего навыками в области математики, физики и инженерии. С того момента прошло немало времени и ИТ и процессы разработки ПО постоянно совершенствовались, развивались и развиваются по настоящее время. Оценить всю ту пользу, которую привнесли ИТ в современный бизнес и его процессы невозможно, ведь на сегодняшний день уже практически нельзя представить в себе успешный бизнес без использования ИТ-автоматизации, а если таковые и имеются, то сильно уступают своим «сотоварищам», бизнес-процессы которых автоматизированы средствами ИТ. Помимо автоматизации процессов, ИТ делает свой вклад и в экономическую составляющую производства, ведь информационные системы способны заменить работу сотен и даже тысяч других специалистов, что сказывается на бесспорном повышении рентабельности производства. Отдельную часть ИТ занимает такое понятие, имеющее название как «программное обеспечение», именуемое «за бугром» как «software», а сам процесс его создания «разработка программного обеспечения». Именно программное обеспечение (далее ПО) является самым дорогим продуктом в ИТ и его разработка. На сегодняшний момент разработка ПО - это совокупность мероприятий по выполнению реализации задачи, стоящей перед программным обеспечением. На сегодняшний день ПО имеет длинный стек своих типов. Например основные типы ПО выглядят приблизительно следующим образом: системное(работа с аппаратной частью), прикладное(не

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

работает с аппаратной частью ЭВМ, лишь использует ее API), web (работа с механизмами, присутствующими в браузерах), сетевое(обработка сетевых данных, получение сведений о сети) и др.. Отсюда следует, что разработка ПО требует не только знания специфики разработки программного продукта для того или иного типа приложения и стоящими перед ним задачи, но и изучения предметной области системы. Отсюда следует, что в процессе разработки ПО имеют место не только ИТ-специалисты, но и аналитики. Сложив общую картину о разработке ПО, можно сказать что это сложный процесс охватывающий, объединяющий самый различный спектр специалистов. С некоторого времени, а именно с момента появления ПО, разработка ПО, призванная автоматизировать бизнес-процессы, сама является бизнес-процессом.

2. Инфраструктура ИТ-отделов, команд, роли сотрудников.

Современная разработка ПО — это своеобразный комплекс мероприятий, проводимый над реализуемым решением, все задачи которого в большинстве случаев просто невозможно реализовать интеллектуальным потенциалом одного специалиста. В виду этого в разработку ПО вводится такое понятие как «команда». В коллектив ИТ-команды входят не только ИТ-специалисты, но такие специалисты как дизайнеры, экономисты, аналитики. В дополнение ко всему, временно в коллектив команды может вливаться специалист, владеющими знаниями предметной области решения. В зависимости от типа ПО, которое разрабатывает ИТ-команда, ее состав типов специалистов может меняться. К примеру, разработка ПО с применением технологий пользовательского графического интерфейса GUI (graphical user interface) он же UI (user interface)) требует наличия в команде графического дизайнера, разработка ПО для межсетевого взаимодействия требует в команде сетевого инженера, разработка web-приложения требует в команде помимо дизайнера еще и верстальщика. Отсюда следует, что состав команды может меняться от поставленных задач. Любая серьезная организация, занимающаяся разработкой ПО имеет в своем составе самый большой отдел — ИТ-отдел, который в свою очередь уже делиться на подотделы. К примеру: отдел web-разработок, отдел мобильных разработок, отдел сетевых систем и т.д. Отделы уже делятся на команды. В основном одна команда работает над одним проектом, но бывают и случаи, когда одна проект делиться на части и одна команда реализовывает одну часть, а другая вторую. В свою очередь команды так же имеют свою инфраструктуру. У каждой команды есть тимлид (Team Lead), он же техлид (технический лидер), он же руководитель проекта. За весь проект абсолютно и полностью отвечает тимлид. Тимлид также отвечает за свою команду: за отпуск сотрудников, за организацию обучения

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

состава команды и т.д.. Разработчики в составе команды по уровню навыков делятся на: senior developer, middle developer, junior developer. Junior developer — младший разработчик, который зачастую допускает больше ошибок остальных и задает больше всех вопросов. В позиции junior в основном находятся начинающие разработчики, имеющие мало опыта и только что устроившиеся на работу после ВУЗа. Как правило заработная плата у junior-а самая низкая из разработчиков. Junior-а не разрабатывает основную логику ядра и не проектирует архитектуру системы, а в основном работает с отдельными модулями или UI-прослойкой системы. На позиции junior в основном стоят не долго, переход от позиции junior к позиции middle происходит по усмотрению тимлида, который решил, что вы уже достаточно опытни и не допускаете критических ошибок. Middle developer — разработчик среднего уровня опыта, знаний и навыков. Middle достаточными знаниями платформ разработки и информационных систем. В позиции middle реализовывают логику среднего уровня, в некоторых случаях работают с ядром и архитектурой системы. Middle не задает «странных» вопросов тимлиду и допускает допустимое количество ошибок при разработке. Переход от позиции middle к позиции senior обычно происходит через длительный промежуток времени (от 2 лет), это обосновано достаточно высоким требованиям с разработчикам в позиции senior. Senior developer — разработчик высшего уровня, который практически не допускает ошибок, имеет сильные знания о процессах разработки, платформах, языках программирования, технологиях и их средствах. Senior работает с ядром и архитектурой, реализовывает программные абстракции, проектирует решение совместно с тимлидом. Senior-у не нужно указывать как разрабатывать ПО, так как он уже обладает достаточным уровнем для самостоятельного принятия решений. Следующим шагом от Senior-а является позиция тимлида, переход к которой не имеет общего промежутка времени. В некоторых случаях, senior и является тимлидом. Следующие позиции, находящиеся выше тимлида — руководитель ИТ-отдела и технический директор. Исходя из этого можно сказать, что инфраструктура ИТ-отделов имеет подчиненную иерархическую структуру.

3. Основные типы ПО, специфика разработки, стоимость.

Для что бы вести речь о ПО, нужно понимать какие типы ПО встречаются в повседневной жизни каждого из нас. В свою очередь ПО решает разные задачи, начиная от включения электрочайника и заканчивая искусственным интеллектом. Так вот специфика разработки ПО тоже абсолютно разная. По характеру разработки и требованиям к разработчикам, можно выделить основные типы ПО: системное, прикладное, web-

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

приложения, приложения хранилищ данных, ПО для bid data, сетевое, мобильное, облачное. Системное ПО — решения, основная задача которых обеспечить интерфейсы взаимодействия между аппаратной частью устройства с прикладной. Зачастую такая реализация выглядит в виде API(application programming interface, интерфейс программирования приложений). Для разработки ПО этого типа, разработчику необходимо знать низкоуровневые языки программирования, (например assembler), архитектуру и принцип работы аппаратной части. Прикладное ПО — решения, использующие API операционной системы(при необходимости). Прикладное ПО не реализует механизмы доступа к аппаратной части и лишь использует готовые решения для реализации поставленных задач. Разработчика прикладного ПО не нужно знать низкоуровневые языки программирования, а достаточно всего лишь(почти во всех случаях) разрабатывать решения с использованием языков программирования высокого уровня(к примеру java, #). Прикладное ПО в большинстве случаев не ограничивает себя лишь работой с прикладным механизмом операционной системы, а так же использует при разработке сетевые сервисы, базы данных и др.. технологии. Web-приложения — тип программного обеспечения, разворачиваемый на web-серверах. Web-приложения реализовывают решения в режиме «real time». Как прикладное ПО, web-приложения могут использовать базы данных, сокеты, сторонние протоколы. Для использования web-приложений необходим web-браузер. Web-приложения имеют две основные части — серверная и клиентская. Серверная(она же back-end) реализуется на абсолютно различных языках программирования, единственным условием серверного языка является поддержка его web-сервером, на котором будет разворачиваться приложение. Клиентская(она же front-end) реализуется на языках программирования исполняемыми в браузере пользователя. На сегодняшний день основным языком программирования front-end является JavaScript(он же EsmaScript и JScript). Разработчикам web-приложений необходимо знать дополнительно язык разметки html а так же каскадные таблицы стилей css. Приложения хранилищ данных — ПО для обслуживания хранения и обработки данных. К ним относятся СУБД и хранилища NoSQL. Для разработки ПО этого типа необходимо владеть знаниями основных алгоритмов и структур данных, языка SQL и BSON. ПО для bigdata — ПО реализуемое на компилируемых языках программирования, основной задачей которого является обработка больших объемов данных с большой скоростью. Требования к специалистам, разрабатывающих ПО данного типа — это отличные знания математических концепций и алгоритмов, проводящих быструю обработку. Сетевое ПО — телекоммуникационные решения, обеспечивающие и обрабатывающие взаимодействия между узлами в сети. Основные требования к разработчикам

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

следующие: знание сетевых протоколов и служб, умение эффективного управления ресурсами и возможностями оборудования. Мобильное ПО-решения реализовываемые для встраивания, разворачиваемые, на платформах для мобильных устройств. Язык реализации зависит от платформы. От разработчика требует знаний SDK(software development kit) платформы для которой разрабатывается ПО. Облачное ПО — реализации решений для выполнения обработки данных. Из-за широко спектра функции облачных платформ и самих платформ, язык реализации может выступать абсолютно разным(зависит от поддержки облачной платформы). Разработчикам облачного ПО необходимо знать инфраструктуру сетевых протоколов, принципы и механизмы хранения данных.

Стоимость разработок каждого типа ПО зависит от сложности реализации, применяемых технологий и требований согласно технического задания, применения математических алгоритмов. Оценка стоимости разработки можно представить следующим списком (сортировка по убыванию): системное, ПО для bid data, сетевое, приложения хранилищ данных, облачное, мобильное, прикладное, web-приложения.

4. Средства, сервисы и продукты оптимизации процесса разработки ПО.

Ежедневно разработчики стараются упростить процесс разработки, в следствии чего появляются новые продукты и сервисы. Основным требованием при работе в команде является командная работа. Зачастую нескольким специалистам приходится работать над одной частью проекта, но это становится неудобным при хранении данных проекта на одной из машин разработчиков. Для работы команды необходим доступ к проекту в режиме реального времени. Так в разработку ПО пришли системы контроля версий, основной механизм которых основывается на хранении проекта на облачных сервисах, доступ к которому имеет любой разработчик проекта. По мимо хранения проекта, эти сервисы позволяют отслеживать изменения в проектах каждого разработчика, получать определенную версию проекта, отлить бэкап (восстановить) и сделать пуш (заливка на сервис). Системы контроля версий(далее СКВ) различаются по принципу работы над проектом, но несут одну цель разделение работы на них. На сегодняшний день популярны следующие системы контроля версий: git, mercurial, tfs. Сервисы же это всего лишь звено, которые обеспечивают обслуживание СКВ. На сегодняшний день большой популярностью пользуется СКВ Git и ее сервис Git Hub.

Помимо СКВ немаловажную роль в разработке играют case-средства (далее СС). СС автоматизируют сам процесс разработки и моделирования системы. Если разделить разработку на несколько этапов, то немалую часть занимает проектирование. Именно проектирование и

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

обеспечивают СС. СС позволяют построить схему проекта и по ней сгенерировать шаблонный код, после чего разработчикам остается лишь допилить его. Одним из таких продуктов СС является пакет от компании Intel — Raional Rose.

5. Услуги аутсорсинга и консалтинга в ИТ.

ИТ-аутсорсинг — обслуживание ИТ-компанией процессов производства другой компании. На сегодняшний день перед компаниями стоит широкий ряд задач, которые зачастую не пересекаются с основной ее профобластью, а создание ИТ-отделов или даже дополнительный штат сотрудников непозволительно. В связи с этим на рынке появляется услуга называемая ИТ-аутсорсингом, основная функция которой обеспечение, поддержка и модернизация жизненного цикла процессов сторонней организации. ИТ-аутсорсинг пользуется большой популярностью среди бизнеса больших и средних масштабов, так как в состоянии позволить качественное обслуживание процессов использующих ит-потенциал. Параллельно ИТ-аутсорсингу, такую же нишу занимает и ИТ-консалтинг, основной задачей которого является экспертная оценка системы, позволяющая оптимизировать процессы производства. На сегодняшний момент дольшой популярностью пользуются услуги ИТ-консалтинга в информационной безопасности.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ЛЕКЦИЯ 7 МЕХАНИЗМЫ МОТИВАЦИИ В ИТ-БИЗНЕСЕ

Вопросы:

- 1. Роль мотива и мотивации в предпринимательской деятельности.**
- 2. Механизм мотивации.**
- 3. Мотивация в ИТ-бизнесе.**
- 4. Потребности. Стимул.**
- 5. Факторы мотивации.**

1. Предпринимательство – неотъемлемый элемент современной рыночной системы хозяйствования, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться.

Для достижения целей определяются и решаются конкретные задачи предпринимательской деятельности в рамках текущей или перспективной политики предприятия. Политика организации определяет направление и методы осуществления предпринимательской деятельности, ее стиль, которые обеспечивают эффективное поведение организации в сложившихся или меняющихся условиях окружающей среды.

Человеческая деятельность всегда обусловлена определенной мотивацией, т.е. каким-то конкретным интересом, удовлетворение которого побуждает индивида к определенным действиям с целью желательного или еще лучше – обязательного его достижения.

Разумеется, интересы могут быть разные, но в нашем предмете речь будет идти об исключительно экономическом интересе.

Сам по себе интерес заключается в удовлетворении определенных потребностей, классификация которых в соответствии с теорией А. Маслоу и с учетом иерархии значимости для конкретного человека представляет собой следующую систему:

Некоторые позиции представленного списка потребностей отражают в совокупности экономические интересы. Поэтому остановимся на рассмотрении именно их.

Перечислим основные показатели, которые в той или иной степени характеризуют экономические интересы конкретных предпринимателей независимо от того, какую организационно-правовую форму бизнеса они представляют:

- размер оплаты труда;
- величина валового дохода предприятия;
- величина балансовой и чистой прибыли предприятия;
- величина предпринимательского пакета и дивидендов по акциям;
- риск производства и реализации продукции;
- окупаемость инвестиций в создание нового дела;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- длительность производственного цикла;
- финансовое состояние предприятия;
- рыночная стоимость предприятия и его ликвидность.



Показатель размер оплаты труда, думается, не нуждается в каком-либо объяснении, ибо текущая личная доходность предпринимателя имеет для него исключительно важное значение. И чем выше эта доходность, тем при прочих равных условиях выше интерес предпринимателя в данном бизнесе и выше мотивация по созданию его дела.

Предприниматель, зная о том, насколько ликвиден его бизнес, чувствует себя увереннее, надежнее, и эта особенность позволяет ему спокойно вести текущую деятельность, положительно оценивая свой ликвидационный капитал. И если настанет время ликвидировать свое предпринимательское дело, то он спокойно реализует его на рынке, получив соответствующую сумму. Такое спокойствие многого стоит в бизнесе, и мотивационная составляющая играет при этом значительную роль.

Оценивая положительно всю совокупность мотивационных факторов, предприниматель может спокойно открывать свое дело, успех ему будет обеспечен. Однако такой стопроцентной удачи трудно ожидать, поэтому приходится тщательно взвешивать все составляющие экономики бизнеса, его

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

положительные и отрицательные стороны; оценивать, насколько будут удовлетворены мотивационные ожидания.

2. **Механизм мотивации** — это формирование отношений и связей, которыми определяется переход от потребностей работника, которые он имеет возможность реализовать при помощи ведения трудовой деятельности, к трудовому поведению.

Мотив — это сознательное побуждение любого индивида к тому или иному виду поведения, при помощи которого он может удовлетворить свои потребности.

Мотивационное ядро личности — это соотношение и совокупность всех факторов, которые формируют мотивы для деятельности и которые образуют общую линию поведения любого человека.

Притязания — это привычный, детерминирующий поведение человека уровень удовлетворения потребностей.

Ожидания конкретизируют притязания применительно к реальной ситуации и определенному поведению.

Стимул — это те или иные блага (предметы, ценности и т.п.), способные удовлетворять потребность при осуществлении определенных действий (поведения). Мотив характеризует стремление работника получить определенные блага, стимул — сами эти блага. Стимул может и не перерасти в мотив в том случае, если он требует от человека невозможных или неприемлемых действий.



3. Деньги — сильный стимул. Однако, далеко не единственный и не всегда самый главный. Если вы уже платите сотрудникам зарплату сравнимую с конкурентами, то ее дальнейшее увеличение не принесет компании ни лояльности, ни производительности. В то же время, нематериальное вознаграждение может оказаться более эффективными для мотивации и удержания сотрудников.

Существуют различные способы мотивации:

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- 1) нормативная – побуждение человека к определенному поведению с помощью идейно-психологического воздействия;
- 2) принудительная – основывается на использовании власти и угрозе ухудшения удовлетворения потребностей работника в случае невыполнения им соответствующих требований;
- 3) стимулирование – воздействие не непосредственно на личность, а на внешние обстоятельства с помощью благ – стимулов, побуждающих работника к определенному поведению.

Первые два способа являются прямыми, а второй – косвенный.

Когда речь идет о качестве и скорости работы, то в первую очередь нужно учитывать, то насколько заинтересован в ее выполнении сотрудник. Именно хорошая мотивация дает ему стимул развиваться и становится профессионалом своего дела.

Вот, например, какими методами нематериального вознаграждения делится АрунГупта (ArunGupta), почти 30 лет проработавший ИТ-менеджером в различных мультинациональных компаниях:

Возможность выбора работы. Один из эффективнейших нематериальных методов стимулирования — позволить сотруднику выбирать работу, которая ему по душе и которую он будет выполнять с удовольствием. Множество опытных ИТ-специалистов не хотят переходить на руководящие должности. Их привлекает не карьерный, а профессиональный рост.

Поощрение личных увлечений. Сотрудники компании Google могут уделять своим личным интересам 20% рабочего времени. Подобные нематериальные вознаграждения могут стать высшей мерой стимулирования сотрудника при целесообразном использовании.

Обучение. Для карьерного роста сотрудникам необходимы постоянные обучения и сертификации. В качестве нематериального вознаграждения компания может установить гибкий график работы, чтобы сотрудники могли выбрать удобное время для своих образовательных стремлений. Также компания может обеспечить внутрифирменное обучение в любых направлениях.

Общественное признание. Согласно иерархии потребностей Маслоу, каждый человек нуждается в общественном признании. Признание заслуг — один из сильнейших факторов мотивации.

Возможность представлять компанию. Сотрудник испытывает чувство гордости, если ему оказывают доверие выступить в качестве представителя компании. Таким образом, можно мотивировать сотрудников, отправляя их на конференции и семинары за границу. Участие ИТ-специалистов в международных конференциях позволит им приобщиться к новым

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

технологиям и лучшим практикам, а заодно посетить и исследовать новые места.

А если говорить о людях, которые связали свою жизнь с ИТ-бизнесом, то большинство из них без хорошей мотивации совсем не захотят сотрудничать с работодателем. Что же служит мотивацией, для людей этой профессии?

Во-первых, конечно, материальная сторона этого дела. Хороший ИТ-специалист сейчас вправе рассчитывать на высокую оплату своего труда. Поэтому нередко он ищет компанию не только с надлежащей заработной платой, но и дополнительными поощрениями.

Следовательно, для большей мотивации таких сотрудников, фирмы предлагают еще и различные бонусы. К примеру, оплата счетов мобильных телефонов, частичное питание, возможность посещать спортивные и развлекательные клубы. Такое отношение к сотрудникам, дает им стимул работать еще усердней, чтобы в полной мере отплатить за оказанные услуги. Во-вторых, нематериальные поощрения и мотивации. И как показал мониторинг работы сотрудников, именно этот аспект наиболее важный в работе ИТ-специалистов. И главным стимулом для работы большинства профессионалов, является возможность собственного развития. Время летит стремительно вперед, и мир технологий не стоит на месте. Поэтому перспектива получения новых знаний и навыков, служит серьезным стимулом для дальнейшего сотрудничества с компанией.

Ну и, в-третьих, это правильное окружение. Специфика работы человека занимающегося компьютерной сферой, связана с постоянным пребыванием на одном месте. Поэтому то, как оно оформлено будет играть значительную роль. Если у сотрудника не будет желания находиться в нем длительное время, скорей всего вскоре он покинет эту компанию.

4. Первичным источником мотивации трудового поведения работников являются потребности - определенная нужда субъекта (работника, коллектива, общества) в чем-либо для своего нормального функционирования. Потребность - это выражение нужды, необходимости для человека определенных благ, предметов или форм поведения. Формами проявления потребности являются притязания и ожидания. Притязания представляют собой привычный, детерминирующий поведение человека уровень удовлетворенности. На базе одной и той же потребности могут сформироваться разные притязания и ожидания. Ожидания конкретизируют притязания применительно к реальной ситуации и определенному поведению.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Основываясь примерно на одинаковых притязаниях, ожидания могут тем не менее существенно различаться.

Наиболее известна классификация потребностей, выполненная А. Маслоу (США). Она имеет иерархический характер:

1. Основные физиологические потребности: пища, отдых, жилище, сексуальное удовлетворение и пр.

2. Потребность в безопасности (сохранение жизни, здоровья; уверенность в завтрашнем дне, пенсионном обеспечении и т.п.).

3. Потребность в социальной общности (быть принятым в коллективе; получить признание, поддержку; доброжелательное отношение людей).

4. Потребность в уважении и самоуважении (испытывать чувство собственной значимости и нужности для предприятия, социального престижа; желание видеть уважение окружающих, иметь высокий социальный статус).

5. Потребность в самореализации, самоактуализации (стремление к раскрытию своих способностей, к самосовершенствованию, творчеству, развитию, пониманию своей жизни).

Стимул – это те или иные блага, способные удовлетворить потребность при осуществлении определенных действий. Стимул ориентирован на удовлетворение потребности.

В системе стимулов к труду выделяют материальные и нематериальные стимулы.

Материальные стимулы могут быть выражены как в денежной (заработная плата, премии, доплаты, надбавки), так и в неденежной форме (обеспечение жильем, путевки на отдых, лечение, в детские учреждения, улучшение условий труда, льготное питание и др.).

Нематериальные стимулы связаны с удовлетворением потребностей работника в самоутверждении, уважении со стороны трудового коллектива, самореализации и самосовершенствовании. Они проявляются в самых разнообразных формах: благодарность (устная или письменная), занесение на Доску почета предприятия, присвоение различных званий, награждение медалями и орденами и т.д.

Стимулирование - это функция управления, заключающаяся в сознательном использовании стимулов для формирования и усиления мотивов трудового поведения работников предприятий (организаций). Именно стимулирование труда увязывает потребности, интересы, мотивы и стимулы в единую систему, обеспечивает формирование определенной модели трудового поведения работников, адекватной целям предприятий (организаций).

Все названные факторы в отдельности и в совокупности формируют настрой работника, его готовность трудиться с максимальной отдачей. В то же

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

время они создают предпосылки для полного использования трудового потенциала, воздействуют на трудовую отдачу.

Несмотря на близость понятий мотива и стимула, они не тождественны. Мотив характеризует стремление работника получить блага, а стимул – это сами эти блага. Стимул может и не перерасти в мотив, если он требует от человека невозможных или неприемлемых действий.

Стимул непосредственно ориентирован на потребность, ее удовлетворение, мотив же является главным соединительным звеном, проскакивающих между потребностью. И стимулом.

Между потребностью и стимулом находится целый ряд опосредующих звеньев, характеризующих процесс восприятия (в том числе оценки) стимула и образования неактуализированного (обычно скрытого или еще не полностью осознанного) мотива.

5. Существуют различные факторы мотивации, которые определяют, что является наиболее ценным, важным для человека. Как правило, это не один фактор, а несколько и вместе они составляют карту мотиваторов. Факторы мотивации делятся на внешние и внутренние.

Внутренние факторы мотивации:

- Мечта, самореализация
- Идеи, творчество
- Самоутверждение
- Убежденность
- Любопытство
- Здоровье
- Нужность кому-то
- Личный рост
- Потребность в общении

Внешние факторы мотивации:

- Деньги
- Карьера
- Статус
- Признание
- Престижные вещи
- Эстетика быта
- Возможность путешествовать

Первые обусловлены стремлением человека получить удовлетворение от уже имеющегося у него объекта, который он, поэтому желает сохранить, или

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

избавится от объекта, приносящего ему неудовлетворение. Внешние мотивы нацелены на приобретение отсутствующего объекта или, наоборот, избежание этого. Таким образом, мотивы различаются ещё и по характеру: они могут быть позитивными (приобрести, сохранить) или негативными (избавиться, избежать).

Так, позитивным внешним мотивом поведения является премия, которую человек может получить за хорошую работу, а негативным - наказание за её невыполнение; позитивный внутренний мотив - увлекательность дела, которым он занимается, а негативный - его рутинный характер, вследствие чего от занятия человек, наоборот, стремится избавиться.

Исследования, например, показывают, что при условии обладания достаточным состоянием 20 % людей не желают работать ни при каких обстоятельствах ; из оставшихся 36 % будут работать в случае интересной работы ; 36 % - чтобы избежать скуки и одиночества ; 14 % - из боязни «потерять себя» ; 9 % - потому что работа приносит радость. Лишь около 12 % людей имеют в качестве основного мотива деятельности деньги, в тоже время до 45 % предпочитают им славу; 35 % - удовлетворённость содержанием работы.

Таким образом, знание факторов мотивации работника является для руководителя основополагающим, поскольку именно соотношение внутренних и внешних факторов мотивации является основой для согласования интересов сотрудника и компании, разработки системы мотивации для него.

Как определить мотивацию Вашего подчиненного? Наиболее эффективно это сделать двумя путями: тестирование и проективное интервью.

Прежде всего, основными мотиваторами для сотрудника могут являться:

- Заработная плата
- Содержание труда
- Интенсивность труда
- Защита трудовых прав работника
- Порядок на предприятии
- Отношение руководства к сотруднику
- Взаимоотношения в коллективе
- Возможность повышения квалификации.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕКТОРЕ ИКТ ЛЕКЦИИ 8-15

ЛЕКЦИЯ 8 ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ БИЗНЕСА

Вопросы:

- 1. Индивидуальные предприниматели как субъекты хозяйственной деятельности.**
- 2. Юридические лица. Понятие и виды.**
- 3. Порядок создания юридических лиц, их государственная регистрация.**

1. Индивидуальные предприниматели как субъекты хозяйственной деятельности

В соответствии с Конституцией РБ все граждане РБ вправе свободно заниматься деятельностью по применению своих способностей, имущества для получения прибыли и в государственных, и общественных интересах.

Заниматься предпринимательской деятельностью граждане вправе обычно по достижению совершеннолетия и при наличии полной гражданской дееспособности.

Осуществлять предпринимательскую деятельность граждане могут как с образованием юридического лица, так и без образования. Они могут быть учредителями юридического лица или физическими лицами (*индивидуальными предпринимателями*). Физические лица могут заключать между собой либо с юридическими лицами договоры о совместной деятельности для достижения определенных социальных или хозяйственных целей. Могут образовывать семейные предприятия.

Являясь субъектами хозяйственного права, граждане для удовлетворения своих потребностей в области предпринимательства вступают в разносторонние хозяйственные правоотношения, например, путем заключения договоров подряда по поставке товаров, договоров подряда, договоров перевозки грузов и т.д.

Субъектами хозяйственного права могут выступать не только граждане РБ, но и иностранцы, лица без гражданства.

Участие граждан в предпринимательской деятельности подчиняется определенным правилам: она не должна противоречить государственным и общественным интересам, интересам отдельных граждан. Не могут заниматься предпринимательской деятельностью должностные лица и

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

специалисты, работающие в органах государственной власти и управления, прокуратуры и суда.

Государственная регистрация предпринимателей без образования юридического лица производится на основании Закона РБ “О предприятиях в Республике Беларусь” и другого законодательства РБ. Производится районными и городскими исполнительными комитетами по месту жительства предпринимателей.

Ст. 22 ГК Республики Беларусь 1999 года. Предпринимательская деятельность гражданина. П. 1. Гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

Индивидуальный предприниматель — это физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица и зарегистрированное в установленном порядке.

Перечень документов, представляемых для общереспубликанской регистрации индивидуальных предпринимателей:

1. Заявление
 2. Лицензия (если данный вид подлежит лицензированию)
 3. Документ, подтверждающий квалификацию физического лица, если виды его деятельности требуют специальной квалификации и могут представлять угрозу жизни, здоровью людей или окружающей среде
 4. Платежный документ о внесении платы за регистрацию
 5. Паспорт или иной документ, удостоверяющий личность, фотографии
- Срок - не позднее 30 дней.

Отказ в государственной регистрации предпринимателя по мотивам нецелесообразности не допускается.

Права и обязанности предпринимателя

Права:

- заниматься любой хозяйственной деятельностью, не запрещенной законодательством;
- создавать любые предприятия, организация которых не противоречит законодательству;
- привлекать на договорных началах для ведения предпринимательской деятельности имущество, денежные средства и отдельные имущественные права других граждан, предприятий и организаций, в том числе и иностранных юридических лиц;
- участвовать своим имуществом и имуществом, полученном на законном основании, в деятельности других субъектов;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- самостоятельно формировать программу хозяйственной деятельности, выбирать партнеров и потребителей, устанавливать тарифы и цены на продукцию, работы и услуги;
- самостоятельно нанимать и увольнять работников в соответствии с действующим законодательством и трудовым договором (контрактом);
- устанавливать формы, системы и размер заработной платы и другие виды доходов лиц, работающих по найму;
- открывать счета в банках для хранения денег, проведения расчетных операций, кредитных и кассовых операций;
- свободно распоряжаться прибылью, остающейся после уплаты налогов и других обязательных платежей;
- получать любой доход;
- выступать истцом и ответчиком в суде;
- приобретать иностранную валюту и самостоятельно осуществлять внешнеэкономическую деятельность и т.д.

Обязанности:

- выполнять надлежащим образом все принятые на себя обязательства в соответствии с законом и заключенными договорами;
- заключать договора или контракты с гражданами, принимаемыми на работу по найму, в необходимых случаях и коллективные договора;
- осуществлять меры по экологической безопасности, охране труда, технике безопасности;
- уплачивать налоги;
- соблюдать права и законные интересы потребителей;
- получать в установленном порядке специальное разрешение (лицензию) на деятельность в сферах, которые подлежат лицензированию. Постановление КМ РБ №456 от 21.08.95 г. “О перечне видов деятельности, на осуществление которых требуется специальное разрешение (лицензия), и органов выдающих эти разрешения (лицензии).

2. Юридические лица. Понятие и виды

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

В соответствии со ст. 44. ГК Республики Беларусь **юридическим лицом** признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, несет самостоятельную ответственность по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридическое лицо должно иметь самостоятельный баланс или смету.

Ст. 45. Правоспособность юридического лица. П.1. Юридическое лицо может иметь гражданские права, соответствующие целям деятельности, предусмотренным в его учредительных документах, а также предмет деятельности, если он указан в учредительных документах, и нести связанные с этой деятельностью обязанности. Отдельными видами деятельности, перечень которых определяется законодательством, юридическое лицо может заниматься только на основании специального разрешения (лицензии).

Юридические лица в свою очередь подразделяют на виды:

1) В зависимости от формы собственности:

- государственные;
- частные (негосударственные).

2) В зависимости от целей деятельности:

- **Коммерческие организации** – организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и распределяющие полученную прибыль между участниками. К коммерческим организациям относятся:
 - хозяйственные общества;
 - хозяйственные товарищества;
 - производственные кооперативы;
 - унитарные предприятия.
- **Некоммерческие организации** – организации, не имеющие в качестве основной цели деятельности извлечение прибыли и не распределяющие полученную прибыль между участниками. Они могут создаваться в форме потребительских кооперативов, общественных или религиозных организаций (объединений), финансируемых собственником учреждений, благотворительных и иных фондов, а также в других формах, предусмотренных законодательными актами. Могут осуществлять

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

предпринимательскую деятельность лишь постольку, постольку она необходима для их уставных целей. Для отдельных видов некоммерческих организаций законодательством могут быть установлены правила, предусматривающие их право на занятие предпринимательской деятельностью только посредством образования (участия в образовании) коммерческих организаций.

Коммерческие организации

Хозяйственные общества и товарищества – коммерческие организации с разделением на доли или вклады учредителей (участников) уставным фондом. Имущество, созданное за счет вкладов, произведенное и приобретенное в процессе деятельности хозяйственного товарищества или общества, принадлежит ему на праве собственности. Уставный фонд становится собственностью юридического лица. Хозяйственное товарищество, как объединение лиц, носит лично-доверительный характер, создается для совместного ведения предпринимательской деятельности под общим именем. Различают полное товарищество и товарищество на вере.

Полное товарищество – коммерческая организация, в которой участники (полные товарищи) отвечают по обязательствам всем своим имуществом, в том числе личным. Их должно быть не менее 2. Каждый должен принимать участие в управлении (общее собрание, специальные органы управления не создаются).

Коммандитное товарищество (товарищество на вере) – коммерческая организация, в которой коммандиты – вкладчики, которые вносят только вклады, имуществом не отвечают, могут потерять только свой вклад. Количество вкладчиков не ограничено.

Хозяйственные общества закон подразделяет на:

- акционерные общества
- общества с ограниченной ответственностью
- общества с дополнительной ответственностью.

Акционерное общество – общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций. Держателей акций (акционеров) должно быть не менее 2, а в закрытых акционерных обществах – не более 50. Они не отвечают по обязательствам общества, несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих акций. Учредительным документом является устав. Для создания закрытого акционерного общества уставный капитал должен составлять не менее 100 базовых величин. Для создания открытого акционерного общества – не менее 400 базовых величин.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) – учрежденное одним или несколькими лицами общество, участники которого не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости своих вкладов в уставный фонд. Участников общества с ограниченной ответственностью должно быть не менее 2 и не более 50 человек. ООО учреждается на основе учредительного договора и устава.

Общество с дополнительной ответственностью (ОДО) – коммерческая организация, в которой солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, определяемом учредительными документами общества. Участников общества с дополнительной ответственностью должно быть не менее 2 и не более 50 человек. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам распределяется между остальными пропорционально их вкладам (учредительными документами могут быть установлены и другие правила).

Унитарное предприятие – коммерческая организация, не наделённая правом собственности на закреплённое за ней собственником имущество. Унитарному предприятию имущество принадлежит либо на праве хозяйственного ведения либо на праве оперативного управления. Имущество является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками предприятия. В частном унитарном предприятии собственник может быть только один. Если же 2 и более, то предприятие реорганизуется в другую организационную форму. В государственном унитарном предприятии генеральный директор назначается республиканскими органами власти. Унитарное предприятие отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом и не несет ответственности по обязательствам собственника имущества. Учредительным документом является устав.

Некоммерческие организации

Организации, не имеющие извлечение прибыли в качестве основной цели деятельности и не распределяющие полученную прибыль между участниками являются некоммерческими. К ним относятся потребительские кооперативы, общественные или религиозные организации, финансируемые собственником учреждения, благотворительные и иные фонды, ассоциации (союзы) коммерческих и (или) некоммерческих организаций.

Допускается создание объединений коммерческих и (или) некоммерческих организаций в форме ассоциаций и союзов.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

В соответствии с законодательными актами юридические лица Республики Беларусь могут создавать объединения, в том числе с участием иностранных юридических лиц, в форме финансово-промышленных и иных хозяйственных групп в порядке и на условиях, определяемых законодательством о таких группах.

3. Порядок создания юридических лиц, их государственная регистрация

Юридические лица образуются в порядке, установленном законодательством применительно к их отдельным видам. *Традиционно выделяют три основных способа образования юридических лиц:*

- 1) распорядительный - юридическое лицо возникает по распоряжению собственника или уполномоченного им органа (государственные юридические лица);
- 2) разрешительный - создание организации должно быть разрешено тем или иным компетентным органом (например, жилищно-строительные кооперативы);
- 3) явочно-нормативный - разрешения на образование юридического лица не требуется, поскольку оно дано законодательством. Регистрирующий орган лишь проверяет, соответствуют ли законодательству учредительные документы юридического лица и соблюден ли установленный порядок его образования, после чего обязан зарегистрировать юридическое лицо (в таком порядке создается большинство юридических лиц: унитарные предприятия, хозяйственные общества и товарищества, производственные кооперативы и др.).

Независимо от способа создания все юридические лица подлежат государственной регистрации в порядке, определяемом законодательными актами. Юридическое лицо считается созданным с момента государственной регистрации. Государственная регистрация субъектов хозяйствования, как правило, осуществляется Областными Исполнительными Комитетами, которые вправе делегировать часть своих полномочий по государственной регистрации и ликвидации субъектов хозяйствования местным исполнительным и распорядительным органам. В отдельных случаях регистрацией юридических лиц занимаются иные органы:

- юридических лиц (предприятий) с иностранными инвестициями – Министерство иностранных дел;
- банков и небанковских кредитно-финансовых организаций – Национальный банк;
- страховых и перестраховочных организаций – Комитет по надзору за страховой деятельностью при Министерстве финансов;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- субъектов хозяйствования в свободных экономических зонах, за исключением банков и страховых, перестраховочных организаций – администрации свободных экономических зон.

Юридическое лицо действует на основании *устава* (акционерные общества, унитарные предприятия, производственные кооперативы, многие некоммерческие юридические лица), либо *учредительного договора* и *устава* (общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью), либо только *учредительного договора* (полные и коммандитные товарищества).

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ЛЕКЦИЯ 9 УЧРЕДИТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА

Вопросы:

1. Основные виды учредительных документов.
2. Учредительный договор как документ предприятия.
3. Структура и содержание учредительного договора. Форма учредительного договора.
4. Устав предприятия: сущность, разделы, реквизиты.

1. Основные виды учредительных документов

Учредительные документы юридического лица – юридические документы, которые наряду с законодательством являются правовой основой деятельности юридических лиц, их участия в гражданском обороте.

В учредительных документах *некоммерческих организаций* должен быть определен предмет деятельности юридического лица. Учредительными документами *коммерческих организаций* может быть предусмотрен предмет их деятельности и в случаях, когда в соответствии с законодательными актами это не является обязательным.

Учредительные документы приобретают юридическую силу с момента их государственной регистрации, а в случаях, установленных законом, – с момента уведомления органа, осуществляющего государственную регистрацию.

В качестве учредительных документов юридического лица могут выступать устав, учредительный договор, а в случаях, предусмотренных законом, – общее положение об организациях данного вида (только для некоммерческих организаций).

Кроме того, статьей 98 ГК РФ предусмотрена обязанность учредителей акционерного общества заключить между собой договор, определяющий порядок осуществления ими совместной деятельности по созданию общества, размер уставного фонда общества, категории выпускаемых акций и порядок размещения, а также иные условия, предусмотренные законодательством об акционерных обществах. Однако *договор о совместной деятельности по созданию акционерного общества* не является учредительным документом.

Состав учредительных документов для разных видов юридических лиц различен. Выделяется три категории таких лиц, действующих на основании:

- 1) устава (уставные юридические лица);
- 2) учредительного договора и устава (договорно-уставные юридические лица);
- 3) только учредительного договора (договорные юридические лица).

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Уставные юридические лица: акционерные общества, производственные и потребительские кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия, общественные и религиозные организации (объединения), фонды.

К *договорно-уставным юридическим лицам* относятся общества с ограниченной и дополнительной ответственностью, ассоциации и союзы. Учредители (участники) некоммерческих партнерств и автономных некоммерческих организаций вправе заключить учредительный договор (устав для организаций данного вида обязателен).

На основании только *учредительного договора* действуют хозяйственные товарищества – полные товарищества и товарищества на вере.

Если юридическое лицо в соответствии с нормами ГК создается одним учредителем, то оно действует на основании устава, утвержденного этим учредителем.

Учредительный договор юридического лица заключается, а устав утверждается собственником имущества (учредителями, участниками).

2. Учредительный договор как документ предприятия

Учредительный договор – договор, заключаемый между учредителями юридического лица при его создании, регламентирующий взаимоотношения учредителей юридического лица.

В **учредительном договоре** учредители обязуются создать юридическое лицо, определяют порядок совместной деятельности по его созданию, условия передачи ему своего имущества и участия в его деятельности. Договором определяются также условия и порядок распределения между участниками прибыли и убытков, управления деятельностью юридического лица, выхода учредителей (участников) из его состава.

Учредительный договор, в частности, должен отразить следующие положения:

- ✓ обязанность учредителей создать юридическое лицо;
- ✓ порядок совместной деятельности по его созданию;
- ✓ размер уставного фонда;
- ✓ доли участников;
- ✓ условия передачи имущества и участия в его деятельности;
- ✓ условия и порядок распределения между участниками прибыли и убытков (для определенных видов юридических лиц);
- ✓ условия управления деятельностью юридического лица;
- ✓ условия выхода учредителей (участников) из его состава;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- ✓ срок действия и порядок внесения изменений и дополнений в договор;
- ✓ решение вопроса о субсидиарной ответственности (для определенных юридических лиц);
- ✓ иные условия, не предусмотренные законодательством, но не противоречащие ему.

Таким образом, суть учредительного договора – создать юридическое лицо. Но, к составлению учредительного договора нельзя подходить формально. Он, как и устав, нужен не столько для регистрации, сколько для осуществления самой деятельности. Если в последующем между учредителями возникнут разногласия, то они будут решать их исходя из положений учредительного договора.

3. Структура и содержание учредительного договора. Форма учредительного договора

Учредительный договор должен содержать следующие разделы:

- 1) вводная часть;
- 2) цель заключения договора;
- 3) наименование и правовая форма организации;
- 4) место нахождения организации;
- 5) обязанности участников (учредителей) по созданию юридического лица;
- 6) порядок образования имущества;
- 7) условия и ответственность конкретных участников (учредителей) по обязательствам созданного юридического лица;
- 8) порядок распределения прибыли и погашения убытков;
- 9) порядок управления делами юридического лица;
- 10) права и обязанности участников (учредителей);
- 11) ответственность за нарушение договора;
- 12) условия и порядок выхода участников (учредителей) из состава организации и принятия новых членов;
- 13) порядок рассмотрения споров;
- 14) порядок расторжения договора, реорганизации и ликвидации юридического лица.

Учредительный договор подписывается учредителями (участниками), выдается каждому учредителю (участнику), и один экземпляр хранится в документах созданного юридического лица.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Учредительный договор по способу совершения является консенсуальным, поскольку вступает в силу после достижения соглашения между сторонами, а по своему назначению в управленческой деятельности – организационным документом.

При необходимости учредительный договор утверждает устав организации, который дополняет договор и закрепляет организационно-правовой статус организации.

Учредительный договор вступает в силу с момента его подписания, если в самом договоре не оговорен другой срок.

Если в качестве учредителя выступает юридическое лицо, то договор от его имени подписывают руководитель организации или лицо, наделенное полномочиями, подтвержденными доверенностью.

4. Устав предприятия: сущность, разделы, реквизиты

Устав предприятия – это основной закон его функционирования; это нормативный документ общества, утверждаемый при его регистрации, в котором устанавливаются главные нормы внутренних и внешних взаимоотношений общества.

Устав является статутным документом и предопределяет отношения юридического лица с государством и третьими лицами, а отсюда обязан иметь положения, относящиеся к правовому статусу организации. Устав юридического лица определяет наименование, местонахождение юридического лица, цели деятельности, порядок управления деятельностью юридического лица, а также содержит другие сведения, предусмотренные законодательством о юридических лицах соответствующего вида.

Устав должен определять:

- 1) наименование общества;
- 2) место его нахождения;
- 3) цели деятельности, а в случаях, предусмотренных законодательством, и предмет деятельности;
- 4) размер уставного фонда;
- 5) права и обязанности участников;
- 6) структуру, порядок избрания или образования, состав и компетенцию его органов;
- 7) порядок управления деятельностью хозяйственного общества;
- 8) орган управления хозяйственного общества или лицо (работника), уполномоченных на подготовку, созыв и проведение общего собрания его участников;
- 9) порядок принятия органами управления решений, включая перечень вопросов, решения по которым принимаются органами

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

управления единогласно или квалифицированным большинством голосов;

- 10) условия и порядок распределения прибыли и убытков;
- 11) перечень представительств и филиалов;
- 12) ответственность общества, его участников;
- 13) порядок утверждения бухгалтерской отчетности общества, его представительств и филиалов;
- 14) основания ликвидации этого общества по решению его участников.

Таким образом, суть устава предприятия – порядок и условия его деятельности в дальнейшем.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ЛЕКЦИЯ 10 ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ СЕКТОРА ИКТ

Вопросы:

1. Финансовая деятельность, ее значение.
2. Финансовое планирование и прогнозирование в организациях сектора ИТК.
3. Виды финансового контроля.
4. Формы финансового контроля.
5. Основные методы финансового контроля.

1. Финансовая деятельность, ее значение.

В организационной и управленческой работе предприятий особое место занимает финансовая деятельность.

Финансовая деятельность - это система форм и методов, используемых для финансового обеспечения функционирования предприятий и достижения ими поставленных целей, т.е. это практическая финансовая работа, обеспечивающая жизнедеятельность предприятия, улучшая ее результаты.

Финансовая деятельность предприятия направлена на решение следующих *основных задач*:

- финансовое обеспечение текущей производственной деятельности;
- поиск резервов увеличения доходов, прибыли, повышения рентабельности и платежеспособности;
- выполнение финансовых обязательств перед субъектами хозяйствования, бюджетом, банками;
- мобилизация финансовых ресурсов в объеме, необходимом для финансирования производственного и социального развития, увеличения собственного капитала;
- контроль за эффективным, целевым распределением и использованием финансовых ресурсов.

Финансовая работа предприятия осуществляется по следующим *основным направлениям*:

- финансовое прогнозирование и планирование;
- анализ и контроль производственно-хозяйственной деятельности;
- оперативная, текущая финансово-экономическая работа

Финансовое прогнозирование и планирование

На этой стадии финансовой работы определяется общая потребность в денежных средствах для обеспечения нормальной производственно-хозяйственной деятельности и возможность получения таких средств, а также составляется финансовый план предприятия.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Составляют перспективные, текущие и оперативные планы. Текущий финансовый план составляется в форме баланса доходов и расходов, оперативный - в форме платежного календаря

Анализ и контроль производственно-хозяйственной деятельности предприятия - это диагноз его финансового состояния, который помогает выявить недостатки, выявить и мобилизовать внутрихозяйственные резервы, увеличить доходы и прибыли, уменьшить издержки производства, повысить рентабельность, улучшить финансово-хозяйственную деятельность в целом.

Процесс анализа можно разделить на два блока:

1) анализ финансовых результатов и рентабельности, который осуществляется по следующим основным направлениям:

- анализ и оценка уровня и динамики показателей доходности;
- анализ финансовых результатов от прочей реализации, внереализационной и финансово-инвестиционной деятельности;
- анализ и оценку использования чистой прибыли;
- анализ взаимосвязи издержек, объемов производства продукции и прибыли;
- анализ взаимосвязи прибыли, движения оборотного капитала и денежных потоков;
- анализ и оценку влияния инфляции на финансовые результаты;
- факторный анализ показателей рентабельности;

2) анализ финансового состояния предприятия, который проводится по следующим направлениям:

- анализ и оценка состава и динамики имущества;
- анализ финансовой устойчивости предприятия;
- анализ ликвидности баланса;
- комплексный анализ и рейтинговая оценка предприятия

2. Финансовое планирование и прогнозирование в организациях сектора ИКТ.

Важным элементом управления экономическими и социальными процессами в организациях сектора информационно-коммуникационных технологий являются планирование и прогнозирование. Планирование и прогнозирование — понятия не тождественные, каждый из них как инструмент управления выполняет свою роль.

Общее между прогнозированием и планированием:

- Единство социально -экономических условий.
- Единство методов и методологий изучения явлений и процессов и установленных закономерностей.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- Целенаправленное прогнозирование и планирование, ибо, как прогнозирование, так и планирование имеет не самоцель, а средство для решения задач перед обществом, перед коллективом.
- Связь между прогнозированием и планированием и результатами их реализации.

Отличие прогнозирования от планирования:

- Детализация, обоснование каждого показателя плана и его увязка друг с другом (обоснованность задания плана с точки зрения обеспеченности материальными, финансовыми, трудовыми ресурсами, производственными мощностями и т.д.).
- Жесткая привязка показателей во времени и в пространстве.
- Обязательность выполнения плана.
- Планирование как средство для государственного регулирования социально-экономического развития общества.
- Единство составления проверки организации выполнения плана.

В широком смысле слова **финансовое прогнозирование** заключается в изучении возможного финансового положения организации в будущем, разработке основных направлений стратегии в области финансов для обеспечения необходимой устойчивости организации при финансировании определенных расходов. Такой прогноз имеет значение прежде всего для самой организации, поскольку постоянными задачами при продолжающейся деятельности остаются привлечение капитала и предупреждение банкротства.

Наряду с этим, понятие «прогноз» употребляется применительно к расчетам, необходимым для составления финансовых планов, например, прогноз объема реализации продукции, прогноз величины затрат и т.п. Это придает расчетам определенную гибкость, позволяет вносить коррективы в зависимости от изменившихся обстоятельств.

Финансовое прогнозирование создает основу для годового и перспективного финансового планирования на тот период, который можно считать подходящим для достоверного плана. Прогнозы могут быть среднесрочные (5-10 лет) и долгосрочные (более 10 лет). Фактически финансовое прогнозирование должно предшествовать планированию и осуществлять оценку множества вариантов (соответственно определять возможности управления движением финансовых ресурсов на макро- и микро-уровнях).

Финансовое планирование - это один из важнейших инструментов финансового управления. Следует иметь в виду, что единой системы

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

внутрифирменного планирования не существует, финансовое планирование можно рассмотреть только в целом.

Финансовый план отражает синхронность поступления и расходования денежных средств. Это позволяет оценить будущую ликвидность, т.е. достаточность средств для финансирования мероприятий бизнес-плана и расчетов по обязательствам организации. В основе составления плана лежит метод денежных потоков, движение которых выявляется на основе бюджетирования всех издержек и расходов и составления прогнозов о доходах и поступлениях.

Исходя из этого, финансовые планы можно разделить на перспективные, текущие и оперативные планы. Как правило, различают краткосрочное и долгосрочное планирование. Значение некоторых из принимаемых решений распространяется на очень долгую перспективу. Долгосрочные планы должны представлять собой своего рода рамочную конструкцию, составными элементами которой являются краткосрочные планы. В основном на предприятиях используется краткосрочное планирование, и имеют дело с плановым периодом, равным одному году. Это объясняется тем, что за период такой протяженности, как можно предположить, происходят все типичные для жизни предприятия события, поскольку за этот срок выравниваются сезонные колебания конъюнктуры. По времени годовой бюджет (план) можно разделить на месячные или квартальные бюджеты (планы).

Цели планирования могут быть различны на разных предприятиях, например: определение возможных объемов финансовых ресурсов, капитала и резервов на основе прогнозирования величины финансовых показателей. Функциям планирования может придаваться разное значение в зависимости от вида и величины предприятия.

Задачами планирования являются:

- определение плановых объемов необходимых денежных фондов и направлений их расходования;
- установление финансовых отношений с бюджетом, банком, страховыми организациями и другими хозяйствующими субъектами;
- выявление путей наиболее рационального вложения капитала и его эффективного использования;
- увеличение прибыли за счет экономного использования финансовых ресурсов организации;
- осуществление контроля за использованием и расходованием денежных средств и другие.

Финансовое планирование в организациях сектора ИТ сводится к достижению *основных целей*:

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- рентабельность,
- платежеспособность,
- ликвидность.

3. Виды финансового контроля

В зависимости от субъектов осуществляемых контроль выделяют:

- 1) государственный контроль – проводится органами государственной власти и направлен на все объекты контроля независимо от их ведомственной принадлежности и формы собственности.
- 2) ведомственный контроль – проводится контрольно-ревизионными управлениями министерств и ведомств, охватывает только подотчетные организации.
- 3) внутрихозяйственный контроль – проводится финансово-экономическими службами предприятий.

Цель:

- оценка эффективности финансовой деятельности,
- выявление внутренних резервов,
- предупреждение хищений и бесхозяйственности
- законность и целевой характер расходования средств, отвечает за полноту и своевременность уплаты налогов в бюджет.

Объектом внутрихозяйственного контроля может выступать организация в целом и отдельные структурные подразделения.

Внутрихозяйственный контроль (внутренний аудит) - осуществляется подразделениями внутреннего контроля хозяйствующих субъектов. Важнейшей его формой является бухгалтерский учет.

Бухгалтерский учет представляет собой упорядоченную систему сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении об имуществе, обязательствах организаций и их движении путем сплошного, непрерывного и документального учета всех хозяйственных операций.

4) аудиторский контроль, аудиторская деятельность представляет собой предпринимательскую деятельность по осуществлению независимых проверок финансовой отчетности. Целью аудита является формирование мнения о достоверности отчетности и соответствии ведения бухгалтерского учета законодательством. Аудиторский контроль может быть добровольным и обязательным.

5) правовой контроль – проводится правоохранительными органами в форме ревизий судебной экспертизы (при нарушении законодательства).

6) общественный контроль – выполняется не правительственными общественными организациями или гражданами на основе добровольности.

7) банковский контроль.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

4. Формы финансового контроля

По формам проведения финансовый контроль в зависимости от времени его осуществления подразделяется на:

- предварительный;
- текущий;
- последующий.

Предварительный финансовый контроль осуществляется на стадии составления, рассмотрения и утверждения финансовых планов организации, смет доходов и расходов, проектов бюджетов, текстов договорных соглашений, учредительных документов и т.д. Таким образом, он способствует предотвращению неправильного, нерационального расходования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, а также отрицательных финансовых результатов хозорганов в целом. Эта форма финансового контроля позволяет предупредить нарушение законов и нормативных актов.

Текущий финансовый контроль проводится в процессе исполнения финансовых планов, в ходе осуществления хозяйственно-финансовых операций, когда проверяется соблюдение норм и нормативов расходования товарно-материальных ценностей и денежных средств. Эта форма финансового контроля предполагает системный факторный анализ деятельности предприятий и организаций. Важное значение текущего финансовый контроль имеет в изыскании внутрихозяйственных резервов роста накоплений. Он производится повседневно финансовыми службами для исключения нарушений финансовой дисциплины.

Последующий финансовый контроль осуществляется путем анализа и ревизии бухгалтерской финансовой отчетности по окончании отчетного периода. Предназначен для оценки результатов хозяйственной деятельности и эффективности осуществления финансовой стратегии. Последующий финансовый контроль взаимосвязан с предварительным контролем, базирующемся на нем.

5. Методы финансового контроля

Практическая реализация финансового контроля осуществляется с использованием определенных методов. **Методы финансового контроля** представляют собой - совокупность обоснованных и адаптированных конкретно-определенных приемов, средств или способов, применяемых при осуществлении контрольных функций.

Методы финансового контроля имеют большое значение, поскольку от правильного выбора контролирующими субъектами конкретных действий и процедур зависят достижение конечного результата и эффективность

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

контроля. С другой стороны, адекватное применение приемов и способов финансового контроля гарантирует соблюдение прав и законных интересов подконтрольных субъектов, позволяет не препятствовать нормальному функционированию хозяйственной деятельности.

Можно выделить шесть основных методов финансового контроля: наблюдение, обследование, анализ, проверка, ревизия и финансово-экономическая экспертиза.

Наблюдение представляет собой ознакомление с деятельностью объекта контроля без применения сложных комплексных приемов получения и оценки информации.

Обследование — один из основных методов предварительного финансового контроля; оно направлено на исследование отдельных сторон финансово-хозяйственной деятельности. Обследование применяется для оперативного выявления фактов, свидетельствующих о соблюдении финансовой дисциплины (или о ее нарушениях), также определения целесообразности более глубокой, всесторонней проверки подконтрольного объекта. Основная цель обследования — общий анализ финансово-хозяйственной деятельности, выявление ее недостатков. Эта цель достигается путем решения следующих задач: исследования (мониторинга) финансовой документации; выявления финансового состояния объекта проверки; проверки соблюдения нормативных актов в сфере исполнения бюджетных назначений и правильности их оформления; оценки уровня обоснованности и целевого назначения государственных (муниципальных) расходов и т. д.

Анализ представляет собой специальный метод контроля достоверности финансовой документации с использованием аналитических приемов математики. Как правило, объектом финансового анализа являются бухгалтерские счета и балансы, а главной задачей — выявление полноты и своевременности отражения в учете и отчетности налогооблагаемой базы. Данный метод финансового контроля осуществляется финансовыми органами, ведущими расчеты хозяйствующих субъектов по платежам в бюджет и во внебюджетные фонды (налоговыми органами, внебюджетными фондами и т. д.). В результате анализа финансовой деятельности контролируемого объекта производится доначисление налогов или уточнение налогооблагаемой базы, что значительно влияет на рост доходов государственных или муниципальных бюджетов.

Проверка представляет собой один из основных методов финансового контроля и предусматривает исследование определенного круга вопросов в целях выявления нарушений финансового законодательства. В ходе осуществления проверки контролируемые органы анализируют финансовую деятельность объекта, привлекая максимальное количество документальных

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

источников информации. Объектом проверки может быть любая финансовая операция, совершенная территориальными, коллективными или индивидуальными субъектами финансовых правоотношений. Субъектами, имеющими право на проведение проверок, являются практически все органы и агенты финансового контроля.

Ревизия — это комплексная проверка, направленная на изучение финансово-хозяйственной деятельности предприятий, организаций, учреждений, граждан-предпринимателей и др. Характерными чертами ревизии являются максимальный охват экономических и юридических сторон деятельности, участие в ее производстве экспертов и специалистов, сочетание различных приемов финансового контроля. Ревизия осуществляется в целях выявления законности, достоверности и целесообразности финансовых операций, что достигается входе контроля за следующими сферами финансово-хозяйственной деятельности: соблюдением финансовой дисциплины; рациональным использованием государственных денежных средств; сохранностью материальных и денежных ресурсов; правильностью ведения бухгалтерского учета и составления отчетности и др.

Финансово-экономическая экспертиза - проведение специалистами исследования действительных объемов и направлений движения финансовых средств в целях выявления целесообразности, рациональности и эффективности проведенных финансовых операций и финансовой деятельности и контролируемого субъекта за проверяемый период. Этот метод финансового контроля является наиболее сложным, трудоемким, но важным и необходимым как для контролирующего органа, так и для подконтрольного субъекта. В ходе проведения экономической экспертизы финансовой деятельности какого-либо субъекта анализу подвергаются планы-прогнозы развития территорий, бизнес-планы предприятий, периодическая и годовая отчетность, на основании которых исследуются главные экономические показатели финансовой деятельности проверяемых субъектов.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ЛЕКЦИЯ 11 ЛИКВИДАЦИЯ И РЕОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Вопросы:

- 1. Ликвидация: понятие и виды.**
- 2. Причины ликвидации.**
- 3. Банкротство: характеристика, причины, процесс.**
- 4. Порядок ликвидации. Ликвидационная комиссия.**

ГК Республики Беларусь предусматривает реорганизацию и ликвидацию коммерческих организаций.

Сущность реорганизации коммерческой организации состоит в том, что ее последствием является не прекращение его деятельности, а общее (генеральное) или частное (сингулярное) правопреемство.

В отличие от реорганизации коммерческой организации его ликвидация влечет прекращение его деятельности без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам, если иное не предусмотрено законодательными актами (п.1 ст.57 ГК).

Ликвидация коммерческой организации может быть добровольной и принудительной. Добровольно ликвидация производится по решению его учредителей (участников) либо органа юридического лица, уполномоченного на то учредительными документами. В ст.57 ГК Республики Беларусь дан примерный перечень оснований, при наличии одного из которых принимается решение о добровольной ликвидации коммерческой организации. К ним относятся: истечение срока, на который создана коммерческая организация; достижение цели, ради которой она создана; признание судом недействительной регистрации коммерческой организации в связи с допущенными при ее создании нарушениями законодательства, которые носят неустранимый характер. Учредители (участники) коммерческой организации при прекращении ее деятельности обязаны провести ликвидацию этой организации в срок, согласованный с регистрирующим органом.

Принудительная ликвидация коммерческой организации допускается по решению суда или иных органов, в том числе регистрирующего органа, в случаях, предусмотренных законодательными актами.

Некоторые из оснований принудительной ликвидации коммерческой организации по решению суда предусмотрены в ст.57 ГК Республики Беларусь: непринятие решения о ликвидации в соответствии с изложенным выше подп. 1 п.2 ст.57 ГК Республики Беларусь; осуществление деятельности без надлежащего разрешения (лицензии), либо деятельности, запрещенной законодательством либо с иными неоднократными или грубыми нарушениями законодательства, либо при систематическом осуществлении деятельности,

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

противоречащей уставным целям юридического лица; признание судом недействительной регистрации коммерческой организации в связи с допущенными при его создании нарушениями законодательства; в иных случаях, предусмотренных законодательством (подп. 2 п.2 ст.57 ГК).

ГК Республики Беларусь предусматривает ликвидацию коммерческой организации, помимо изложенных в ст.57 оснований и по иным основаниям. Подп. 3 п. 2 ст.57 ГК Республики Беларусь предусматривает в случаях, предусмотренных законодательными актами, ликвидацию коммерческой организации по решению иных органов. Они вправе ликвидировать (прекратить деятельность) субъектов хозяйствования в случае: нарушения сроков и порядка формирования минимального размера уставного фонда, предусмотренного в соответствии с законодательством; неосуществления предпринимательской деятельности в течение 6 месяцев подряд и ненаправления коммерческой организацией налоговому органу сообщения о причинах неосуществления такой деятельности; препятствования собственником имущества частного унитарного предприятия, местонахождением которого является жилое помещение, проведению соответствующих проверок уполномоченными органами, указанными в абзаце втором части второй настоящего подпункта (п.41.3 Положения от 17 декабря 2002г.).

Требование о ликвидации коммерческой организации предъявляются государственным органом или органом местного управления или самоуправления, которому право на предъявление такого требования предоставлено законодательством. Такое требование адресуется лицам, принимающим решение о ликвидации (п.3 ст.57 ГК).

Государственными органами, имеющими право предъявлять требования о ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования являются: органы Комитета государственного контроля, прокуратуры, внутренних дел, Комитета государственной безопасности, Министерства по налогам и сборам и иные уполномоченные органы в пределах своей компетенции направляют регистрирующему органу представление о ликвидации коммерческой организации.

1. Процедура ликвидации коммерческой организации определена ст.ст. 59-60 ГК Республики Беларусь. Учредители (участники) юридического лица или орган, принявшие решение о ликвидации коммерческой организации, обязаны незамедлительно письменно сообщить об этом органу, осуществляющему регистрацию коммерческих организаций. Этот орган вносит в Единый государственный регистр юридических лиц сведения о том, что коммерческая организация находится в процессе ликвидации (п.1 ст.58

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ГК), с этими сведениями может ознакомиться любое заинтересованное лицо (п.4 ст.47 ГК). Те же субъекты, которые приняли решение о ликвидации коммерческой организации, назначают ликвидационную комиссию (ликвидатора) и устанавливают в соответствии с законодательством порядок и сроки ликвидации (п.2 ст.58 ГК). Решением суда о ликвидации коммерческой организации на ее учредителей (участников) либо орган, уполномоченный на ликвидацию коммерческой организации ее учредительными документами, могут быть возложены обязанности по осуществлению ликвидации коммерческой организации (ч.2 п.3 ст.57 ГК). К ликвидационной комиссии переходят полномочия по управлению делами коммерческой организации. Она от имени ликвидируемой коммерческой организации выступает в суде (п.3 ст.58 ГК).

Процесс ликвидации состоит из следующих стадий:

1. Выявление кредиторов ликвидируемой коммерческой организации;
2. Составление промежуточного ликвидационного баланса;
3. Продажа имущества ликвидируемой коммерческой организации;
4. Выплата денежных сумм кредиторам (п.3 ст.60 ГК);
5. Составление ликвидационного баланса. Ликвидационный баланс утверждается учредителями (участниками) коммерческой организации или органом, принявшим решение о ликвидации коммерческой организации (п.5 ст.59 ГК). П.62 Положения от 17 декабря 2002г. предусматривает, что ликвидационный баланс утверждает ликвидационная комиссия. Расходы, связанные с ликвидацией коммерческой организации, производятся за счет средств этой организации в первоочередном порядке (п.63 Положения 17 декабря 2002г.).

При недостатке имущества некоторых коммерческих организаций кредиторы могут потребовать удовлетворения их требований за счет имущества их учредителей (участников). В случаях, когда при принятии решения о ликвидации коммерческой организации или при утверждении промежуточного ликвидационного баланса будет установлена недостаточность имущества коммерческой организации для удовлетворения требований его кредиторов, ликвидация коммерческой организации должна проводиться по правилам законодательства о банкротстве (ст.61 ГК).

Имущество ликвидированной коммерческой организации, оставшееся после удовлетворения требований кредиторов, передается его учредителям (участникам), имеющим вещные права на это имущество или обязательственные права в отношении этого юридического лица, если иное не предусмотрено законодательством или учредительными документами коммерческой организации (п.7 ст.59 ГК). Имущество коммерческой

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

организации, оставшееся после удовлетворения требований кредиторов, передается собственнику.

Ликвидация коммерческой организации считается завершенной, а коммерческая организация – прекратившей существование после внесения об этом записи в Единый государственный регистр юридических лиц (п.8 ст.59 ГК). Регистрирующий орган на основании документов, перечисленных в Декрете № 1, исключает юридическое лицо из Единый государственный регистр юридических лиц.

Решение регистрирующего органа о ликвидации субъекта хозяйствования может быть обжаловано в хозяйственный суд в установленном законодательством порядке.

2. Правовой институт банкротства является неотъемлемой частью рыночного хозяйства. Он служит мощным стимулом эффективной работы предпринимательских структур, гарантируя одновременно экономические интересы кредиторов, а также государства как регулятора рынка.

Экономическая несостоятельность - это такая ситуация, когда должник не в состоянии расплатиться по своим долгам со всеми своими кредиторами.

В результате этого государственным органам, и в частности, хозяйственным судам приходится осуществлять процедуру банкротства. Процедура банкротства субъектов хозяйствования в связи с признанием утратившим силу Закона Республики Беларусь от 30 мая 1991 г. «Об экономической несостоятельности и банкротстве» и принятием Закона Республики Беларусь от 18 июля 2000 г. «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» получила направленность на стабилизацию деятельности отдельных субъектов хозяйствования, т.е. должников, путем оказания им материальной помощи, что в условиях рыночных отношений является весьма необходимым и позволяет восстановить деятельность этих субъектов хозяйствования, а не ликвидировать их как банкротов, в отличие от ранее действующего законодательства (далее - Закон о банкротстве)

Институт банкротства является признаком цивилизованности государства. Благодаря этому институту субъекты хозяйствования - кредиторы получили гарантии возврата вложенных средств. Общественная польза и значимость института банкротства заключается в оздоровлении, очищении экономики, поэтому нельзя недооценивать значимость этого института.

Прежде чем дать понятие экономической несостоятельности, следует обратить внимание, что этот термин сопровождается термином банкротство. Ранее действующее законодательство рассматривало эти понятия как неравнозначные, ныне ГК Республики Беларусь и Закон о банкротстве рассматривают их как тождественные и взаимозаменяемые понятия. Однако

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

вступивший в силу Указ Президента Республики Беларусь от 12 ноября 2003 г. № 508 «О некоторых вопросах экономической несостоятельности (банкротства)» не определяет эти понятия как синонимы, тем самым «экономическая несостоятельность и «банкротство» стали иметь различное значение и содержание (далее - Указ от 12 ноября 2003 г.) [81]. Пункт 1.4 Указа от 12 ноября 2003 г. определяет банкротство, как неплатежеспособность, имеющую или приобретающую устойчивый характер, признанную решением хозяйственного суда о банкротстве с последующей ликвидацией должника.

А экономическая несостоятельность это неплатежеспособность, имеющая или приобретающая устойчивый характер, признанная решением хозяйственного суда об экономической несостоятельности с санацией должника, т.е. принимается решение об оздоровлении должника.

В ст. 1 Закона о банкротстве под экономической несостоятельностью (банкротством) понимается признанная хозяйственным судом или правомерно объявленная должником неплатежеспособность должника, имеющая или приобретающая устойчивый характер.

Из определения экономической несостоятельности (банкротства) можно выделить существенные условия, при наличии которых субъект хозяйствования признается в установленном порядке экономически несостоятельным (банкротом):

- во-первых, это неплатежеспособность должника, признанная хозяйственным судом или правомерно объявленная самим должником;
- во-вторых, эта неплатежеспособность должника должна иметь или приобретать устойчивый характер.

Таким образом, существенными чертами экономической несостоятельности (банкротства) являются:

неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредитора (кредиторов) по денежным обязательствам, а также по обязательствам, вытекающим из трудовых и связанных с ними отношений (уплатить кредитору денежную сумму по договору и в иных случаях, предусмотренных гражданским законодательством);

- неспособность должника исполнить обязанность по уплате обязательных платежей (налоговых платежей и сборов пошлин и иных платежей в бюджет соответствующего уровня и государственные внебюджетные фонды, в том числе экономических (финансовых) санкций, примененных к должнику).

Государственное регулирование и контроль отношений связанных с процедурой банкротства субъектов хозяйственной деятельности, осуществляется Министерством экономики Республики Беларусь и непосредственно департаментом по санации и банкротству, Положение о

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

котором утверждено постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 9 августа 2002 г. № 180.

Основными задачами департамента являются:

- участие в рамках своей компетенции в определении и реализации государственной политики по предупреждению экономической несостоятельности (банкротства);
- регулирование в пределах своей компетенции процессов в сфере экономической несостоятельности (банкротства) с учетом интересов государства;
- обеспечение условий для реализации процедур банкротства, предусмотренных законодательством об экономической несостоятельности (банкротстве);
- обеспечение проведения процедур экономической несостоятельности (банкротства) отсутствующих должников;
- организация подготовки управляющих в производстве по делу об экономической несостоятельности (банкротстве) (далее — управляющие), лицензирования их деятельности и аттестация;
- формирование и совершенствование нормативной правовой и методической базы по вопросам экономической несостоятельности (банкротства), а также информационно-статистической базы в ходе ведения мониторинга финансового состояния и платежеспособности юридических лиц. Правовое обеспечение экономической несостоятельности (банкротства) осуществляется с помощью большого массива нормативно-правовых актов.

В основу законодательства о банкротстве положены следующие принципы:

- четкое определение сторон и других лиц, участвующих в деле о банкротстве, а также иных участников процесса, их прав и обязанностей;
- подробная регламентация всех процессуальных действий;
- приоритетность проведения досудебного оздоровления; проведение санации, наличие правовых и экономических механизмов стимулирования ее проведения;
- широкая гласность процесса через республиканские средства массовой информации;
- приоритетность мирового соглашения на всех стадиях производства по делу о банкротстве;
- наличие института управляющих на всех стадиях производства;
- гарантированность от злоупотреблений со стороны должника, кредитора, а также управляющего;
- предоставление гарантий со стороны государства по социальной защите

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

трудовых прав работников должника;

- максимальный, с процессуальной точки зрения, демократизм по отношению к действиям должника и кредиторов и т.д.

Помимо указанных актов нормативно-правовую базу в области банкротства образуют документы, принятые Правительством Республики Беларусь, иными органами исполнительной власти. Такие документы в основном направлены на предупреждение экономической несостоятельности (банкротства) и правильное применение соответствующих процедур банкротства. Помимо Закона о банкротстве и основных статей ГК Республики Беларусь (ст.ст. 24 и 61) нормативно-правовую базу, регулиующую правоотношения банкротства составляют:

- Указ Президента Республики Беларусь от 14 августа 2000 г. № 442 «О совершенствовании правового регулирования взыскания задолженности с субъектов хозяйствования» [76];

- Указ Президента Республики Беларусь от 12 ноября 2003 г. № 508 «О некоторых вопросах экономической несостоятельности (банкротства)» [81];

- постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 16 декабря 2002 г. № 271 «Об утверждении Правил по определению наличия признаков ложного и преднамеренного банкротства, сокрытия банкротства или срыва возмещения убытков кредиторам и подготовки заключения по данным вопросам» [126];

- постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 27 октября 2003 г. № 206 «Об утверждении Положения об аттестации физических лиц на их соответствие профессионально-квалификационным требованиям, предъявляемым к антикризисному управляющему в производстве по делу об экономической несостоятельности (банкротстве)» [127];

— постановление Пленума Высшего Хозяйственного Суда Республики Беларусь от 22 июня 2000 г. № 9 «О порядке назначения хозяйственными судами ликвидационных комиссий, управляющих, ликвидаторов и их деятельности при ликвидации юридических лиц» [151];

- постановление Пленума Высшего Хозяйственного Суда Республики Беларусь от 2 декабря 2005 г. № 30 «О некоторых вопросах практики применения законодательства, регулирующего вопросы экономической несостоятельности (банкротства)» [152];

- и др.

Все вышеперечисленные нормативные акты составляют серьезный фундамент для правового регулирования банкротства. Однако, учитывая неплатежеспособность многих как государственных, так и негосударственных организаций различных сфер деятельности, проблемы банкротства, в том

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

числе и антикризисного управления, имеют особую значимость для государства и всех субъектов хозяйственной деятельности.

3. Ликвидационная комиссия – это специальный орган (ликвидатор), который создается для организации добровольного или принудительного прекращения деятельности юридического лица. О факте создания комиссии информируется регистратор (налоговая структура), которая вносит в ЕГРЮЛ информацию о формировании ликвидатора и предъявляет юридическому лицу подтверждающие документы - свидетельство и выпуску.

Члены ликвидатора назначаются владельцем ликвидируемой компании (в случае добровольной ликвидации) или представителями судебной инстанции (в случае принудительной ликвидации). При этом в состав комиссии могут входить:

- назначенный на период ведения дела о банкротстве распорядитель собственности ликвидируемой компании;
- представители от собрания банковских учреждений, кредиторов ликвидируемой компании или финансовых органов;
- работники Фонда государственного имущества. Как правило, такие представители должны быть в комиссии при ликвидации государственной структуры. В случае прекращения деятельности частной компании их присутствие – редкое явление;
- прочие лица, которые могут принять участие в комиссии по предложению одной из сторон.

Ликвидационная комиссия получает документы в течение 72 часов с момента назначения ликвидатора. Речь идет о финансовых бумагах, штампах, печати и прочей документации. В случае если управляющие органы ликвидируемой компании противятся передаче бумаг, то они могут понести ответственность, прописанную в законодательстве Российской Федерации. После получения всех документов ликвидационная комиссия берет на себя функции руководящего органа компании-банкрота.

В течение пяти дней с момента принятия решения о банкротстве компании, комиссия обязуется проинформировать об этом общественность путем предоставления соответствующие данные в печатную прессу. В сообщении указывается, что начался процесс ликвидации компании, а сама ликвидируемая компания объявлена банкротом.

Последующая деятельность ликвидационной комиссии связана непосредственно с имуществом компании – его оценкой, инвентаризацией, вычислением ликвидационной массы и так далее.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Особое внимание уделяется ликвидационной массе – совокупности всех видов имущества предприятия-банкрота, которые находятся у него в ведении или на правах собственности. Также к ликвидационной массе можно отнести активы других лиц, которые по закону РФ или по учредительным документам должны нести ответственность по текущим обязательствам.

Ликвидационная комиссия принимает решение, продавать ли имущество юридического лица и каким способом это делать. При этом решение должно быть согласовано с комитетом кредиторов. Сначала председатель ликвидатора передает информацию о продаже имущества через СМИ. В оповещении содержатся все необходимые данные о составе имущества, условиях и сроках его продажи.

Форма продажи имущества зависит от вида предприятия:

1. При ликвидации государственных субъектов комиссия дает команду на организацию аукциона уполномоченному органу.

2. В случае когда банкротство объявляет частная компания, то ликвидатор может самостоятельно провести аукцион или поручить эту работу другой специальной структуре.

В любой из упомянутой выше форм продажа имущества ликвидируемого юридического лица должна заключаться через договор купли-продажи между покупателем имущества и ликвидатором, выступающим от лица банкрота.

Если в качестве банкрота выступает получатель объекта лизинга, то имущество лизинговой компании отделяется от общей ликвидационной массы и возвращается лизингодателю.

Ликвидационная комиссия следит, чтобы при реализации процедуры банкротства все инвестиции компании были учтены и реализованы. Если предприятие, которое подлежит ликвидации, имеет долю в учредительном капитале другой компании, то такая часть может быть выкуплена другими акционерами или же удалена из уставного фонда. В последнем случае фонд должен быть уменьшен, а полученный капитал внесен в ликвидационную массу.

Если ликвидационная комиссия обнаружила, что имущества компании-банкрота недостаточно для удовлетворения запросов кредиторов, то совершается продажа активов других лиц, которые были ответственными за обязательства компании-банкрота. После продажи полного объема ликвидационной массы ликвидатор производит расчеты со всем персоналом компании, кредитором, государством и владельцами корпоративных прав. В процессе разделения в расчет принимаются требования кредиторов, условия реестра и права по очереди.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

По завершении всех ликвидационных работ, продажи имущества и расчетов с долгами ликвидационная комиссия формирует несколько документов, которые подаются на утверждение в вышестоящие структуры:

1. *Ликвидационный баланс*. В документе прописываются следующие параметры:

- дата составления;
- название организации и вид ее деятельности;
- местонахождение;
- активы компании – внеоборотные и оборотные;
- пассивы – капитал, резервы, долгосрочные и краткосрочные обязательства.

2. *Акт ликвидационной комиссии* содержит общую информацию и выступает в качестве дополнения к протоколу заседания. В нем указывается:

- состав ликвидационной комиссии;
- принятые решения;
- причина ликвидации общества (указывается и его полное название);
- подписи всех участников комиссии.

Управляющий, который исполнял функции председателя компании, может рассчитывать на вознаграждение (размер последнего определяют кредиторы). Если в назначении ликвидационной комиссии участвуют учредители, то именно они и определяют величину вознаграждения каждого из представителей.

Полномочия ликвидационной комиссии

Таким образом, после назначения на ликвидатора возлагается целый ряд задач по организации процесса ликвидации юридического лица. К основным полномочиям ликвидационной комиссии можно отнести:

- управление собственностью компании, которая прекращает свою деятельность;
- опубликование информации в официальной печатной прессе о том, что конкретный субъект прекращает свою предпринимательскую деятельность;
- проведение подробной инвентаризации и оценки всего имущества, которое находится на балансе ликвидируемой компании;
- вычисление общей величины ликвидационной массы и управление ею;
- продажа имеющегося имущества, а также принятие ряда других мер для покрытия требований кредиторов ликвидируемого объекта;
- истребование дебиторских долгов, а также проведение расчетных операций с кредиторами;
- формирование ликвидационного баланса и его отправка на утверждение субъекту, назначившему ликвидационную комиссию или владельцу компании;
- принятие решений относительно увольнения работников ликвидируемой компании (в том числе и руководителя);

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- осуществление других действий, направленных на окончательную ликвидацию компании.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ЛЕКЦИЯ 12 ПРИМЕНЕНИЕ АВТОРСКОГО И ПАТЕНТНОГО ПРАВА ДЛЯ ЗАЩИТЫ ИТ-БИЗНЕСА

Вопросы:

1. Объекты авторского права и смежных прав (литературные, художественные, научные произведения, компьютерные программы, базы данных, музыкальные произведения, исполнительская деятельность артистов, аудио- и видеозаписи, радио- и телевизионные передачи и др.).

2. Средства индивидуализации в предпринимательской деятельности (фирменные наименования, коммерческое обозначение, товарные знаки и знаки обслуживания).

3. Субъекты авторского права и смежных прав.

4. Принципы и условия возникновения, реализации и защиты авторских и смежных прав.

1. Термин «авторское право» понимается в двух значениях:

1. В объективном смысле авторское право - это совокупность правовых норм, регулирующих отношения, возникающие в связи с созданием и использованием различных производных творческой деятельности человека, т.е. произведений литературы, науки, искусства и другой интеллектуальной собственности.)))).

Как совокупность правовых норм авторское право является составной частью гражданского права.

2. В субъективном смысле под авторским правом понимается совокупность субъективных прав, возникающих у автора в связи с созданием конкретного произведения литературы, науки и искусства, либо компьютерной программы. К объектам авторского права и смежных прав законодательство Республики Беларусь относит:

- литературные, художественные, научные произведения;
- компьютерные программы;
- базы данных;
- музыкальные произведения;
- исполнительская деятельность артистов;
- аудио- и видеозаписи;
- секреты производства, ноу-хау;
- изобретения;
- промышленные образцы;
- товарные знаки и знаки обслуживания;
- фирменные наименования;
- радио- и телевизионные передачи и др.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Основной задачей авторского права является, с одной стороны, обеспечение интересов авторов и их правопреемников, а с другой стороны, интересов общества в целом путем предоставления ему доступа к сокровищам мировой культуры. Так же авторское право обеспечивает защиту от незаконного копирования произведения творчества и любой контент, будь то программный код, либо же сопутствующие тексты, музыка и дизайн.

Патентное право регулирует правоотношения, связанные с созданием и использованием объектов интеллектуальной собственности.

Так же существует право на коммерческую тайну, которое позволяет хранить что либо (секреты производства, программные продукты, разработки и другую информацию которая имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность) в секрете от третьих лиц. Перечень информации указанный в ст.5 «Закона о коммерческой тайне» не может составлять коммерческую тайну. За разглашение (умышленное или неумышленное), а так же за незаконное использование информации составляющей коммерческую тайну предусмотрены наказания в виде несения ответственности – дисциплинарной, гражданско-правовой, административной, уголовной и материальной. Материальная ответственность будет понесена независимо от других форм ответственности.

Установить исчерпывающий перечень объектов авторского права невозможно, поэтому законодатель указывает на те произведения, которые не могут быть объектами авторских прав.

Не являются объектами авторских прав:

1. официальные документы (законы, судебные решения и т.д.), а также их переводы;
2. государственные символы и знаки (флаги, гербы, ордена, денежные знаки и т.д.);
3. произведения народного творчества (частушки, песни и т.д.);
4. сообщения о событиях и фактах, имеющие информационный характер.

2.К средствам индивидуализации относятся: фирменные наименования, коммерческие обозначения, товарные знаки и знаки обслуживания, а также наименования мест происхождения товаров. Фирменные наименования и **коммерческие обозначения** служат для индивидуализации участников гражданского оборота, а товарные знаки, **знаки обслуживания** и наименования мест происхождения товаров – для индивидуализации товаров и/или услуг.

Индивидуализация юридического лица - это выделение его из массы всех других организаций. Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации. Фирменное наименование должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование. Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке.

На территории Республики Беларусь действует исключительное право на фирменное наименование, включенное в единый государственный реестр юридических лиц. Юридическое лицо вправе использовать свое фирменное наименование в качестве средства индивидуализации любым не противоречащим закону способом. Исключительное право на фирменное наименование возникает со дня государственной регистрации юридического лица и прекращается в момент исключения фирменного наименования из единого государственного реестра юридических лиц в связи с ликвидацией юридического лица либо изменением его фирменного наименования, а также при отказе от него владельца, переходе к новому владельцу или при реорганизации юридического лица.

Юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, а также индивидуальные предприниматели могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц.

Коммерческое обозначение - это принятое фирмой и широко известное наименование, символизирующее деятельность предприятия, используемое в ее деятельности, которое охраняется без специальной регистрации. Коммерческое обозначение может использоваться правообладателем для индивидуализации одного или нескольких предприятий, однако для индивидуализации одного предприятия не могут одновременно использоваться два и более коммерческих обозначения.

Правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым, не противоречащим закону способом.

Не допускается использование коммерческого обозначения, сходного до степени смешения с фирменным наименованием, товарным знаком или коммерческим обозначением, принадлежащим другому лицу, у которого соответствующее исключительное право возникло ранее.

Исключительное право на коммерческое обозначение прекращается, если

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

правообладатель не использует его непрерывно в течение года.

Коммерческое обозначение или отдельные его элементы могут быть использованы правообладателем в принадлежащем ему товарном знаке и охраняется независимо от охраны товарного знака.

Разница между **фирменными наименованиями** и коммерческими обозначениями заключается в функциях: коммерческое обозначение обычно используется в отношениях между предпринимателями и потребителями, а фирменное наименование - в деловых отношениях между фирмами. Кроме того, коммерческими обозначениями могут быть не только словесные наименования (как у фирменных наименований), но также изображения, цвета и др.

Фирменное наименование и коммерческие обозначения не ограничены сроком действия.

В случаях столкновения прав на коммерческое обозначение и фирменное наименование исходят из принципа «старшинства права», В таких случаях преимущество отдается тому, у кого соответствующее исключительное право возникло ранее. В отличие от фирменного наименования возможно отчуждение коммерческого обозначения другому лицу, а также использование его индивидуальными предпринимателями.

Для того чтобы в гражданском обороте индивидуализировать не только юридическое лицо, но и его продукцию используются товарные знаки и наименование мест происхождения товаров.

Товарный знак представляет собой словесное, изобразительное, объемное или иное условное обозначение товара (или группы товаров), указывающее на принадлежность данного товара определенной фирме и используемое для его отличия от однородных товаров других изготовителей.

Использование товарного знака возможно только после регистрации знака в Патентном ведомстве.

Существуют 4 типа обозначения товарного знака:

1. Фирменное имя или словесный товарный знак – слово, буква, или группа слов, букв, которые могут быть произнесены, должны характеризоваться хорошей запоминаемостью.
2. Изобразительный товарный знак представляет собой оригинальный рисунок, эмблему фирмы.
3. Объемный товарный знак дается в трехмерном измерении.
4. Комбинированный товарный знак представляет собой сочетание приведенных выше типов.

Для того чтобы обеспечить правовую охрану товарного знака он должен быть зарегистрирован на имя юридического лица или индивидуального предпринимателя.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Наименованием места происхождения товара, которому предоставляется правовая охрана, является обозначение, представляющее собой либо содержащее современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, городского или сельского поселения, местности или другого географического объекта, а также обозначение, производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами.

Наименование места происхождения товара признается и охраняется в силу государственной регистрации такого наименования. Оно может быть зарегистрировано одним или несколькими гражданами либо юридическими лицами. Лицам, зарегистрировавшим наименование места происхождения товара, предоставляется исключительное право использования этого наименования, удостоверяемое свидетельством.

Исключительное право использования наименования места происхождения товара в отношении того же наименования может быть предоставлено любому лицу, которое в границах того же географического объекта производит товар, обладающий теми же особыми свойствами.

3. Субъекты авторского права и смежных прав.

К субъектам авторского права и смежных прав относятся:

1. Автор произведения. Лицо, указанное в качестве автора на оригинале или ином экземпляре произведения, считается его автором, если не доказано иное. Возраст создателя произведения значения не имеет. За недееспособных и малолетних (до 14 лет) авторские права осуществляют от их имени родители, усыновители или опекуны. Несовершеннолетние от 14 до 18 лет (если не наступила более ранняя эмансипация по возрасту по закону или по решению суда) могут самостоятельно осуществлять свои авторские правомочия в общегражданском порядке.

2. Составители. Автору сборника и других составных произведений принадлежит авторское право на осуществленные им подбор или расположение материалов, представляющих результат творческого труда. Составитель пользуется авторским правом при условии соблюдения им прав авторов каждого из произведений, включенных в составное произведение.

3. Переводчик произведения на другой язык. Авторское право переводчика распространяется не на само произведение, которое он переводит, а только на созданный им перевод. При этом авторское право переводчика не препятствует другим лицам осуществлять свои собственные переводы. В данном случае имеется в виду не простой подстрочный перевод, а перевод,

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

соединенный с литературной обработкой текста произведения с сохранением смыслового содержания.

4. Авторы других производных произведений (переделок, аранжировок и др.). Переработчик пользуется авторским правом на созданное такого рода произведение при условии соблюдения им авторских прав на произведение, подвергнувшееся переработке.

5. Субъекты авторского права на аудиовизуальные произведения, т.е. произведения, воспринимаемые одновременно с помощью слуха и зрения. Авторами таких произведений являются режиссер-постановщик, автор сценария, автор музыкального произведения и др.

6. Субъектами авторских правоотношений являются также правопреемники авторов. Основой правопреемства в данном случае является заключение договора. Кроме того, может иметь место создание служебного объекта авторского права.

Особым видом субъектов авторского права (правопреемников) являются наследники, так как авторское право переходит по наследству.

В случае смерти автора или объявления его умершим его имущественные права переходят к его наследникам. Авторские права могут наследоваться как по закону, так и по завещанию. Наследники являются субъектами авторских правоотношений в течение 50 лет после смерти автора, начиная с 1 января года, следующего за годом смерти автора.

Произведения могут создаваться не одним, а двумя или несколькими лицами, в результате чего возникает соавторство. При этом речь идет только о совместном творческом труде, оказание всякого рода технической, организационной или иной подобной помощи при создании произведения не признается творческим трудом и не может служить основанием для признания соавторства. Вопрос о техническом или творческом характере участия может быть решен на основании оценки, данной экспертами.

Особым видом произведений, созданных в соавторстве, являются интервью. Авторские права на интервью принадлежат как лицу, давшему интервью, так и лицу, проводившему интервью. Эти лица рассматриваются в качестве соавторов, если договором между ними не предусмотрено иное. При этом использование интервью допускается только с согласия лица давшего интервью.

4. Принципы и условия авторского права формировались в течение столетий, однако в формулировке некоторых из них нет единства, поэтому толкование некоторых принципов, критериев и признаков охраны может оставаться дискуссионным.

Выделяют следующие принципы авторского права как совокупности правовых норм:

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- свобода творчества;
- сочетание личных интересов автора с интересами общества;
- неотчуждаемость личных неимущественных прав автора;
- свобода авторского договора.

Условия возникновения, реализации и защиты авторских и смежных прав:

Основные условия (критерии) возникновения, реализации и защиты авторских и смежных прав:

- новизна, творческий характер (ноу-хау);
- объективная форма
- возможность воспроизведения тем или иным способом, при котором возможно его восприятие.

Данные условия являются основными и достаточными.

Дополнительные условия (критерии):

- содержание;
- обнародование, опубликование.

В качестве объектов авторских прав рассматриваются произведения науки, литературы, искусства и компьютерные программы при условии, что результаты творчества выражены в объективной форме, допускающей возможность их восприятия.

Авторское право распространяется как на обнародованные, так и на не обнародованные произведения.

Творческой признается самостоятельная деятельность, в результате которой создается произведение, отличающееся новизной.

Новизна, т.е. наличие в произведении оригинальных мыслей, идей, художественных образов.

Требование объективной формы как условия признания произведения объектом авторского права вытекает из того, что созданное автором произведение до тех пор, пока оно не издано (написано на бумаге), никому не прочитано и не опубликовано в печати, известно одному только автору. Лишь после того, как произведение будет выражено автором вовне, отделившись от автора каким-либо способом, оно получит выражение в объективной форме.

Объективная форма, как правило, совпадает с понятием материальной формы, однако понятие объективной формы более широкое, чем понятие материальной формы.

Законодательство к объективной форме относит:

1. письменная форма (рукопись, машинопись, нотная запись (программный код) и т.д.);
2. устная форма (публичное выступление и т.д.);
3. звуко- или видеозаписи;
4. изображения (рисунок, эскиз, картина, план, фотография и т.д.)

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

5. объемно-пространственная форма (скульптура, макет, сооружение и т.д.).

В соответствии с этим охрана распространяется на произведения, которые созданы творческим трудом и выражены в любой объективной форме. Если произведение удовлетворяет этому критерию, то дополнительный критерий расширяет охрану на произведения независимо от их достоинства, назначения, а также от их обнародования.

Таким образом, дополнительные условия инвариантны, поскольку охрана не зависит ни от содержания произведения, ни от его обнародования.

Следует подчеркнуть, что основной критерий является необходимым и достаточным для правовой охраны, а дополнительный критерий правовой охраны является расширительным, поскольку существенным образом увеличивает количество охраняемых произведений.

Следовательно, произведение может быть объектом охраны, если оно создано творческим трудом и существует в объективной форме. Этот основной критерий охраны не зависит от содержания и обнародования произведения.

Другими словами, если произведение создано творческим трудом и находится в объективной форме, то охрана распространяется на произведения любого содержания и не зависит от того, обнародовано ли это произведение или нет.

По существу именно в этих критериях и заключен основной принцип охраны, в соответствии с которым авторское право на произведение возникает с момента его создания.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ЛЕКЦИЯ 13 КОММЕРЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В СФЕРЕ ИКТ

Вопросы:

- 1. Основные формы передачи прав на объекты интеллектуальной собственности.**
- 2. Классификация договоров, их структура и содержание.**
- 3. Лицензионный договор.**

1. Основные формы передачи прав на объекты интеллектуальной собственности.

Обладателю имущественных прав на объект интеллектуальной собственности принадлежит исключительное право правомерного использования данного объекта по своему усмотрению в любой форме и любым способом (п. 1 ст. 983 ГК). Обладатель исключительного права на ОИС может передать это право другому лицу полностью или частично, разрешить другому лицу использовать этот объект или распорядиться им иным образом (п. 2 ст. 983 ГК).

Современные формы передачи результатов интеллектуальной деятельности можно разделить на две группы: некоммерческие и коммерческие, для которых характерны свои методы и средства.

Некоммерческие средства относятся преимущественно к технологическому обмену и реализуются путем передачи научно-технической информации или в результате научно-технического сотрудничества.

Технологический обмен в некоммерческой фирме происходит посредством научно-технических публикаций, проведения конференций, семинаров, симпозиумов, выставок, ярмарок, деловых контактов ученых и специалистов при осуществлении обмена визитами, подготовке и переподготовке кадров, выполнении исследований в рамках научно-технического сотрудничества, оказании безвозмездной технической помощи, а также с использованием других доступных средств.

При этом некоммерческие формы передачи должны ограничиваться сведениями общеинформационного или рекламного характера без раскрытия сущности технологии изготовления изделий, способов обработки, состава и способов получения новых материалов, незапатентованных изобретений, ноу-хау и других сведений, которые могут мешать их коммерческой реализации.

Коммерческая форма передачи результатов интеллектуальной деятельности реализуется посредством лицензионных, инжиниринговых-франчайзинговых, кооперационных и других видов соглашений. В ряде случаев им предшествуют опционные (предлицензионные) соглашения, которые предусматривают передачу за определенное вознаграждение

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

потенциальному покупателю лицензии более полной информации, включая ноу-хау, для ознакомления и опытной проверки объективности технологии, изобретений, ноу-хау в условиях своего предприятия, подтверждения гарантируемых технико-экономических показателей. Это касается большей частью неосвоенных в производстве объектов интеллектуальной собственности, результатов лабораторных исследований, не получивших пока правовой охраны, а также других научно-технических достижений, риск использования которых достаточно высок.

В качестве объектов коммерческой реализации выступают запатентованные изобретения, полезные модели, промышленные образцы, зарегистрированные товарные знаки и знаки обслуживания, топологии интегральных микросхем, селекционные достижения, программы для ЭВМ и базы данных, ноу-хау, научно-техническая документация и другие результаты интеллектуальной деятельности. При этом передача данных объектов может осуществляться как по отдельным самостоятельным сделкам, так и в составе других коммерческих сделок, например как сопутствующие лицензии в составе контрактов на поставку оборудования, при поставке продукции на экспорт, строительстве объектов за рубежом.

Подготовке и подписанию договоров о передаче прав на объекты интеллектуальной собственности предшествует подписание протокола о намерениях, в котором содержатся конкретные обязательства по ведению дальнейших переговоров, фиксируются намерения каждой из сторон выполнить определенные подготовительные мероприятия. Протокол о намерениях не предусматривает применение каких-либо юридических санкций в случае невыполнения обязательств, принятых сторонами; он способствует созданию атмосферы доверительности при проведении последующих переговоров о подписании договора.

В ряде случаев для доказательства технических и экономических преимуществ предлагаемого объекта интеллектуальной собственности правообладатель вынужден раскрыть секреты, необходимые при проведении его испытаний, опытной проверке и оценке. Средством защиты от неразглашения передаваемой информации третьей стороне является соглашение о конфиденциальности. Этим соглашением сторона, получившая информацию, берет на себя обязательство по использованию для своих целей и обеспечению режима конфиденциальности, а случае недостижения успеха при проведении дальнейших переговоров — вернуть или уничтожить носители информации, либо содержать ее в тайне в течение оговоренного срока.

2. Классификация договоров, их структура и содержание.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Исходя из вышесказанного вытекает, что основной формой передачи имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности является договор.

Договором признается соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей (п 1. ст. 390 ГК).

Договор должен содержать предмет договора, фиксировать участников договора, определять их права и обязанности, сроки действия, ответственность за нарушение условий договора, определяемых участниками. В определенных случаях договоры (например, об уступке прав, лицензионные) подлежат регистрации.

Правовой формой использования ОИС заинтересованными лицами являются договоры об уступке прав, лицензионные и авторские договоры.

Заключение договора об уступке прав означает полную передачу правообладателем всех имущественных прав другому лицу, которое становится владельцем этих прав со всеми вытекающими последствиями. Происходит, таким образом, смена правообладателя.

Лицензионный договор — это гражданско-правовой договор, по которому одна сторона — владелец имущественных прав (лицензиар) предоставляет другой стороне (лицензиату) право (разрешение) на использование объекта интеллектуальной собственности на условиях, предусмотренных договором. При этом лицензиат принимает на себя обязательство вносить лицензиару предусмотренные договором платежи.

Существуют и иные способы передачи прав на результаты интеллектуальной деятельности, например договоры подрядного типа, предметом которых являются создание и передача объекта творческой деятельности заказчику (договоры на еще не созданные объекты интеллектуальной собственности, в том числе и авторские договоры).

Автор может по договору принять на себя обязательство создать в будущем произведение, изобретение или иной результат интеллектуальной деятельности и предоставить заказчику, не являющемуся его работодателем, исключительные права на использование результата (ст. 986 ГК).

Также имеют место договоры на выполнение инжиниринговых работ. Само понятие «инжиниринг» означает выполнение на коммерческой основе услуг научно-технического, экономического, финансового или иного характера.

Инжиниринг включает предоставление комплекса или отдельных услуг инженерно-технического характера: исследование, проектирование, строительство, разработка и освоение новых технологических процессов, усовершенствование существующих на предприятии производственных

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

процессов, поставка комплектного оборудования, техники, выполнение монтажных работ, освоение и организация производства новых изделий.

В инжиниринговой деятельности выделяют такие виды услуг, как проектно-консультационные услуги, информационный инжиниринг, управленческий инжиниринг.

Проектно-консультационная деятельность заключается в подготовке технико-экономического обоснования создания новых производств, реконструкции промышленных объектов, строительства различных сооружений.

По инжиниринговым соглашениям разрабатываются проекты, производятся расчеты, экспертиза проектов, испытание образцов, консультации по выбору поставщиков оборудования, осуществляются контроль выполнения работ, приемка готовых объектов и другие виды работ.

Информационный инжиниринг включает услуги по освоению вычислительной техники, подготовку пакетов программ и баз данных, разработку и освоение автоматизированных систем управления, создание информационных сетей и др.

Управленческий инжиниринг предусматривает оказание услуг по организации производственных структур и планированию производства, маркетингу, организации учета и отчетности, управлению качеством и др.

Договором на оказание инжиниринговых услуг может быть предусмотрено выполнение комплекса услуг, включая консультативные, проектно-технологические и строительные. Инжиниринговые компании оказывают также услуги по купле-продаже новой техники. В договоре, как правило, предусматривается не только поставка техники, но и предоставление сопутствующих лицензий на использование объектов промышленной собственности и ноу-хау.

Сотрудничество в рамках инжиниринговых соглашений становится ключевым фактором конкурентоспособности на мировом рынке. Различные формы совместного участия в реализации проектов пользуются приоритетом среди инвесторов.

Важное место среди коммерческих форм передачи результатов интеллектуальной деятельности занимают кооперационные соглашения. Организационными формами их реализации являются создание совместных предприятий, производственная кооперация, образование временных научно-инженерных коллективов для выполнения проектов.

Также одной из форм предоставления определенных прав, льгот и привилегий на договорной основе является франчайзинг (договор комплексной предпринимательской лицензии).

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

В соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь по договору комплексной предпринимательской лицензии (договору франчайзинга) одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) > вознаграждение комплекс исключительных прав (лицензионный коу-плекс), включающий право использования фирменного наименования правообладателя и охраняемой коммерческой информации, а так^с-других объектов исключительных прав (товарного знака, знака обслуживания и др.), предусмотренных договором, для предпринимательской деятельности пользователя (ст. 910 ГК).

Франчайзинг (от *англ. franchising* — право, привилегия) или более распространенный термин «франшиза» (от *фр./ranchise* — льгота, привилегия) является определенным типом организации бизнеса пути: создания широкой сети однородных предприятий, имеющих единый товарный знак, одинаковые организационно-технологические условия, методы и формы продажи товаров и оказания услуг, единые требования к качеству товаров и их цене. *Франшизу* можно определить как договор, по которому одно лицо, владелец франшизы (**франчайзер**), имеющий разработанную систему ведения определенной деятельности, разрешает другому лицу — пользователю франшизы (**франчайзи**) использовать эту систему согласно требованиям франчайзера за вознаграждение (компенсацию). Основой договора на франшизу является лицензия на пользование системой франшизы, включая право на использование товарного знака, знака обслуживания, фирменного наименования, фирменной технологии, ноу-хау и других объектов исключительных прав, выданная владельцем франшизы.

Наиболее распространенными видами деятельности по договору франшизы являются рестораны быстрого обслуживания (McDonald s Subway), кафе-мороженое, продуктовые магазины, магазины по продаже инструментов и оборудования, агентства по уборке помещений, автодиагностические центры, парикмахерские и салоны красоты, бытовой техники, различные виды услуг (химчистки, прачечные, студии, ювелирные, по обслуживанию автомобилей, пивоварни и др.). Крупнейшими экспортерами франшизы являются корпорации «Кока-кола», «Пепсико», «Фанта», «Пицца-Хат», «Баскин-Роббинс», «Хилтон», «Шератон». Налаживает свою сеть и электронный франчайзер «Компьютерленд».

На основании выполняемых функций эксперты ВОИС выделяют три типа франшизы:

- франшизы на переработку (производство);
- франшизы на услуги (сервис);
- франшизы на оптовую торговлю (распределение).

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Законодательство Республики Беларусь рассматривает франшизу как договор комплексной предпринимательской лицензии. Договор такого типа представляет собой вид предпринимательской сделки и является взаимобязывающим. Договор носит комплексный характер, поскольку его предметом является предоставление технологического комплекса и деловых услуг, обеспечивающих осуществление предпринимательской деятельности, включая права на объекты интеллектуальной собственности, ноу-хау и другую информацию, необходимую для производства или продажи товаров и оказания услуг потребителям.

Таким образом, договор комплексной предпринимательской лицензии предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта правообладателя в определенном объеме (в частности, с установлением минимального и (или) максимального объема использования), с указанием или без указания территории использования применительно к определенной сфере предпринимательской деятельности (продажа товаров, полученных от правообладателя или произведенных пользователем, осуществление иной торговой деятельности, выполнение работ, оказание услуг).

Сторонами по договору комплексной предпринимательской лицензии могут быть организации и индивидуальные предприниматели. Договор комплексной предпринимательской лицензии должен быть заключен в письменной форме. Договор регистрируется по месту регистрации правообладателя, а в случае, если правообладателем являйся иностранное лицо, договор регистрируется по месту регистрации пользователя — белорусского резидента.

Если предметом договора является объект, охраняемый патентным законодательством, он подлежит регистрации в патентном органе. При соблюдении этого условия договор считается ничтожным (недействительным).

3. Лицензионный договор. Виды лицензий.

Понятие лицензии, виды и условия лицензионных договоров

В переводе с латинского языка понятие «лицензия» (licentia) означает право, разрешение. Предоставление лицензий широко используется в мировой практике в качестве административной меры для регулирования предпринимательской деятельности юридических и физических лиц. Лицензии такого рода основаны на монополии государства в определенных сферах деятельности и, как правило, выдаются компетентными государственными органами на осуществление определенного вида деятельности.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

В отличие от лицензий-разрешений, предоставление лицензии на объект интеллектуальной собственности представляет собой торговую сделку, которая оформляется в виде лицензионного договора. В сфере обмена научно-техническими достижениями сформировались международный и национальные рынки лицензий, создана правовая база для осуществления такого рода коммерческих операций, неотъемлемой частью, которой является патентная система.

Под **лицензией** понимается предоставление прав на использование обретений, промышленных образцов, товарных знаков, ноу-хау и других научно-технических достижений владельцем этих прав **лицензиаром** другому заинтересованному лицу — **лицензиату** за обусловленное вознаграждение и на определенных условиях. Предоставление таких прав оформляется **лицензионным договором**.

По **объему передаваемых прав лицензии подразделяются на неисключительные (простые), исключительные и полные**.

При **простой (неисключительной) лицензии** лицензиар на согласованных условиях предоставляет лицензиату право на изготовление и продажу определенной продукции, но в то же время такие же права оставляет и за собой. Это означает, что лицензиар может выдать несколько простых лицензий на одной и той же территории и, кроме того, сам может осуществлять все права по распоряжению объектом лицензии.

При **исключительной лицензии** предоставляется право монопольного пользования объектом лицензии одному лицу на конкретном рынке в объеме, определяемом условиями договора. Причем лицензиар не вправе использовать предмет лицензии на данной территории в течение указанного в договоре срока, а также предоставлять лицензии другим лицам.

Полная лицензия дает лицензиату все права на использование объекта лицензии без ограничения территории и срока действия (на объекты промышленной собственности на весь срок действия патента).

Лицензии могут быть *патентные*, если передача прав осуществляется на запатентованные изобретения, полезные модели, промышленные образцы, защищенные свидетельствами товарные знаки и другие объекты промышленной собственности, и *беспатентные*, когда объектом лицензии являются незапатентованные решения, ноу-хау, техническая документация и т. п. Лицензии можно предоставлять в рамках самостоятельного лицензионного договора, так называемые *чистые лицензии*, в составе других коммерческих сделок — *сопутствующие лицензии*, например в составе договора на поставку комплектного оборудования, выполнение инжиниринговых работ, строительство объектов. При согласии лицензиара лицензиат может предоставить право на использование объекта лицензии

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

третьим лицам — *сублицензию* на условиях, которые должны быть оговорены в основном лицензионном договоре между лицензиаром и лицензиатом.

Лицензионные договоры, несмотря на все многообразие объектов и видов лицензий, имеют единый принцип построения, что обусловлен⁰ их общей экономической природой.

Лицензионный договор — это единственный юридический документ, в котором регулируются права и обязанности лицензиара лицензиата по заключаемой между ними торговой сделке или, как ее называют, сделке купли-продажи научно-технических достижений.

Отличительная особенность лицензионного договора от других видов внешнеторговых договоров заключается в том, что «товаром» такой сделки или по крайней мере существенным его элементом является нематериальный объект — право на использование патента, полученного лицензиаром в стране лицензиата, ноу-хау, других производственных знаний и опыта.

Срок действия лицензионного договора, как правило, значительно превышает сроки действия других договоров. Если взаимоотношения покупателя и продавца в операции по купле-продаже материального товара заканчиваются в общем случае по истечении гарантийного срока на поставленный товар (т. е. около 1,5 лет), то в лицензионном соглашении эти взаимоотношения продолжаются в среднем пять-семь лет.

В ряде случаев срок действия лицензионного договора бывает более или менее длительным, а теоретически он может быть равным сроку действия патента. Если объектом лицензии является только ноу-хау, срок действия договора устанавливается по взаимному согласию сторон и зависит от многих факторов, в том числе от срока морального старения объекта лицензии на рынке, а также фазы жизненного цикла товара, на который был заключен договор. Обычно в договоре оговаривается не только возможное продление срока действия по взаимному согласию сторон, но и условия преждевременного его расторжения. Договор может быть расторгнут, если, например, лицензиар не смог получить патент на объект лицензии, его патент был опротестован или же если лицензиат, несмотря на тщательное выполнение требований и рекомендаций лицензиара, не смог достичь гарантированных в договоре технико-экономических показателей. В этих случаях расторжение договора может быть сопряжено с финансовыми издержками лицензиара.

В течение срока действия договора лицензиар и лицензиат, как правило, информируют друг друга обо всех изменениях в объекте лицензии: усовершенствованиях технологии производства, изменениях технических характеристик, патентной ситуации и т. д., обмениваются новыми разработками в этой области. Причем если усовершенствования

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

непатентоспособны и не содержат значительного элемента ноу-хау, они передаются в основном безвозмездно, если же патентоспособны — за согласованное вознаграждение. При заключении договора предусматривают положение, по которому лицензиат получает так называемое «право первой руки», т. е. все новшества, созданные лицензиаром по объекту лицензии, в первую очередь предлагаются для ознакомления и возможной закупки лицензиату и только потом, в зависимости от его реакции, — другим потенциальным покупателям. В ряде случаев аналогичные обязательства принимает на себя и лицензиат.

Существенным отличием лицензионного договора от других видов договоров является то, что объект лицензии (точнее, один из его элементов — патентное право) в большинстве случаев не становится собственностью лицензиата, а передается ему во временное пользование на срок действия соглашения. Практически это положение распространяется и на соглашение, объектом которого является ноу-хау. Однако факт передачи лицензиату ноу-хау лишает последнее конфиденциальности и, следовательно, коммерческой ценности.

Как известно, права на изобретения, ноу-хау и другие достижения могут передаваться по лицензионным договорам или входить составной частью во внешнеторговые договоры общего типа. Самостоятельные лицензионные договоры, кроме передачи прав на использование патентов, ноу-хау, различной технической документации, могут предусматривать также продажу лицензиату образцов оборудования, технологической оснастки, материалов, необходимых для организации производства продукции по лицензии. Лицензии могут входить составной частью в контракты на поставку технологического и особенно комплектного оборудования. При поставках на экспорт оборудование обычно комплектуется технической и товаросопроводительной документацией, в состав которой, в частности, входят паспорт и описания изделий, чертежи и инструкции по монтажу, установке, наладке, применению, уходу, управлению, хранению и ремонту, схемы (кинематическая, гидравлическая, электрическая), перечни и чертежи быстро изнашивающихся деталей, протоколы испытаний, ведомости запасных частей и другая документация, необходимая для эксплуатации поставляемого оборудования.

Однако технологическая документация в приведенный перечень не вводит. Например, если поставляется печь для переплавки металла, то технология переплавки будет передаваться покупателю только по дополнительному соглашению. Это объясняется тем, что разработкой технологии и оборудования могут заниматься совершенно разные организации и расходы, связанные с разработкой технологии, не будут учтены в стоимости

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

оборудования. Аналогично обстоит дело с продажей алгоритмов, программ и другого математического обеспечения ЭВМ, являющихся объектами самостоятельных лицензионных договоров.

Различные методики проведения экспериментов, способы расчета и обработки их результатов, методики обучения и подобные результаты, а также способы проведения научно-исследовательских работ могут продаваться как в дополнение к поставляемым на экспорт научным приборам, уникальным установкам, так и самостоятельно.

Лицензии являются составными частями таких крупных контрактов, как строительство промышленных объектов за рубежом. Если условно представить это соглашение как совокупность работ по составлению предпроектного задания, проектированию, строительству, поставкам оборудования, передаче технологии и, возможно обучению персонала заказчика, то лицензия предоставляется в основном на технологические процессы, способы производства и патентные права, касающиеся продукции, которую будет выпускать строящееся предприятие.

В ряде случаев лицензионные договоры сопутствуют научно-техническому сотрудничеству. При изучении вопроса о заключении такого договора необходимо объективно оценивать уровень, достигнутый сторонами до его начала и, при наличии значительного научно-технического задела, рассматривать вариант передачи партнеру самостоятельно созданных технических решений (как изобретений, так и сведений типа ноу-хау) на условиях лицензионного договора. Кроме того, результаты совместной работы также могут выступать в качестве объектов лицензий. Вопросы их реализации рассматриваются и уточняются между партнерами в каждом конкретном случае.

Иногда складывается ситуация, когда та или иная разработка по разным причинам не имеет спроса в отечественной промышленности или не может быть доведена до нововведения из-за организационно-технических трудностей. В таких случаях возможна ее конструктивная, технологическая или производственная доработка на лицензионной основе путем кооперации с иностранными фирмами и организациями и затем совместная эксплуатация конечных результатов.

Лицензионный договор имеет определенную структуру. Текст такого договора, как правило, включает следующие разделы.

1. *Преамбула.* В преамбуле (как минимум) должны быть отражены полные наименования сторон договора и их юридические адреса, намерения сторон. Преамбула заканчивается словами: «Стороны договорились о нижеследующем...».

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

2. *Определение терминов*, используемых в тексте. В разделе приводятся определения понятий, используемых в договоре, во избежание их двоякого толкования. Например, «продукция по лицензии», «технологический процесс», «специальная продукция», «территория», «патенты», «специальная продукция», «ноу-хау» и т. п.

3 *Предмет договора*. В разделе должны быть четко определены объект лицензии, вид лицензии (исключительная, неисключительная), территория, зоны экспорта, право продажи sublicензий и т. д.

4. *Техническая документация*. Раздел содержит сведения о сроках доставки технической документации, языке, на котором она изготавливается, количестве экземпляров, требования к стандартам, которым она должна соответствовать.

5. *Усовершенствования и улучшения*. В разделе определяются взаимоотношения сторон лицензионного договора при создании новых технических решений, относящихся к продукции по лицензии, технологическому процессу или специальному оборудованию.

6. *Гарантии и ответственность*. Раздел содержит патентно-правовые, технические и экономические гарантии, предоставленные лицензиаром, гарантии лицензиата и ответственность сторон за нарушение гарантий.

7. *Техническая помощь* в освоении продукции по лицензии. В разделе определяются виды и объем технической помощи, связанной с освоением производства продукции по лицензии на предприятиях лицензиата.

8. *Платежи* (расчеты сторон). Раздел является основным, предусматривающим финансовую часть лицензионного соглашения: сумму вознаграждения, вид, порядок и сроки выплаты платежей.

9. *Сборы и налоги*. Раздел касается вопросов уплаты сборов и налогов, связанных с заключением и выполнением лицензионного договора, обменом валюты и переводом платежей на счет лицензиара.

10. *Информация и отчетность*. В разделе устанавливаются обязанность и порядок предоставления лицензиатом информации об использовании лицензии за отчетный период, которая включает сводные бухгалтерские данные о произведенной, проданной или использованной продукции по лицензии, продажные цены.

И. *Обеспечение конфиденциальности*. В разделе предусматриваются обязательства сохранять конфиденциальность полученных от партнера сведений, технической документации, знаний и опыта.

12. *Защита передаваемых прав*. В разделе оговаривается признание действительности прав лицензиара, вытекающих из патентов или других охраняемых документов, обязательства по принятию мер сторонами в случае

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

противоправного использования защищенных охранными документами объектов промышленной собственности.

13. *Реклама.* В разделе предусматриваются обязательства лицензиата рекламировать за свой счет производимую продукцию для обеспечения ее максимальных продаж, указывать в рекламных материалах на продукции, что она произведена по лицензии лицензиара.

14. *Разрешение споров (арбитраж).* Раздел регулирует порядок и условия разрешения всех споров, которые могут возникнуть.

15. *Срок действия договора и условия его разрешения.* В разделе приводятся срок действия, условия вступления договора в силу, порядок расторжения договора и последствия окончания срока действия или досрочного прекращения договора.

16. *Прочие условия.* В разделе определяется, право какой стороны соглашения будут использовать в отношениях партнеры по вопросам, которые не были урегулированы, возможность переуступки полученных по лицензионному договору прав, прочие условия.

Неотъемлемой частью лицензионного договора являются приложения, примерный перечень которых следующий:

- перечень патентов и патентных заявок;
- перечень ноу-хау;
- перечень технической документации;
- перечень специального оборудования;
- гарантированные технико-экономические показатели;
- перечень покупных узлов, материалов и т. д.;
- условия оказания технической помощи.

Текст лицензионного договора заканчивается указанием места совершения (подписания), даты, количества экземпляров и листов, языка, на котором составлен текст, адресов мест регистрации партнеров.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ЛЕКЦИЯ 14 БИЗНЕС-ПЛАН: ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Вопросы:

- 1. Понятие и назначение бизнес-плана.**
- 2. Виды бизнес-плана.**
- 3. Требования, предъявляемые к бизнес-плану.**
- 4. Основные структурные элементы. Особенности составления отдельных частей бизнес-плана: маркетинга, операционной, организационной и финансовой.**
- 5. Основные этапы составления бизнес-плана.**

1. Понятие и назначение бизнес-плана.

Современную коммерческую деятельность предприятий любой формы собственности и направлений деятельности невозможно представить без тщательно разработанного бизнес-плана, благодаря которому компаниям удастся привлечь инвесторов, расширить сферу своей деятельности, модернизировать уже действующее производство или своевременно избежать различных рисков. Структура бизнес-плана, его объем и количество расчетов, напрямую зависят от цели и задач документа, его предназначения в данный промежуток времени.

По своей сути бизнес-план – это программный документ, подробно описывающий главные аспекты определенного вида деятельности при основании предприятия, его модернизации, возможности вливания инвестиционных средств, реорганизации компании или при выявлении новых направлений развития. Грамотно составленный и рассчитанный бизнес-план в итоге демонстрирует эффективность вложения финансовых средств, срок окупаемости инвестиций, конкретные условия возврата затрат и получения прибыли.

Главная цель создания бизнес-плана – определение ключевых показателей деятельности предприятия на различные периоды в соответствии с реальными потребностями рынка и фактическими возможностями получения ресурсов.

Назначение бизнес-плана – показать реальные шансы реализации бизнес идеи. Он не только дает правдивую оценку возможностей и рисков, но показывает необходимость (или же отсутствие таковой) в привлечении дополнительных инвестиций, открытии кредитных линий. По сути, бизнес-план показывает успешность управления и пути развития предприятия для достижения поставленной цели.

Благодаря бизнес-плану у руководства появляется возможность взглянуть на собственное предприятие как бы со стороны. Сам процесс разработки бизнес -

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

плана, включающего детальный анализ экономических и организационных вопросов, заставляет мобилизоваться.

Степень участия руководителя в подготовке бизнес - плана важна. С другой стороны, консультанты владеют знанием наиболее подходящих методик подготовки бизнес - плана.

Бизнес - план также призван помочь руководителю решить следующие основные задачи, связанные с функционированием предприятия:

- определить конкретные направления деятельности, перспективные рынки сбыта и место фирмы на этих рынках;
- оценить затраты, необходимые для изготовления и сбыта продукции, соизмерить их с ценами, по которым будут продаваться товары, чтобы определить потенциальную прибыльность проекта.
- выявить соответствие кадров предприятия и условий мотивации их труда требованиям по реализации поставленных целей;
- проанализировать материальное и финансовое положения предприятия и определить, соответствуют ли материальные и финансовые ресурсы достижению намеченных целей;
- просчитать риски и предусмотреть трудности, которые могут помешать выполнению бизнес - плана.

Предприниматель и руководитель получает от планирования деятельности следующие выгоды:

- фундаментальное изучение руководителями перспектив фирмы;
- осуществление более четкой координации предпринимаемых усилий по достижению поставленных целей;
- определение необходимых для контроля показателей деятельности фирмы;
- стимулирование руководителей для более конкретного определения целей и путей их достижения;
- подготовка фирмы к внезапным изменениям рыночной ситуации;
- формализация обязанностей и ответственности руководителей фирмы.

2. Виды бизнес-плана

Бизнес-план может использоваться:

Для внешнего применения.

Такие бизнес-планы применяются как обоснование для привлечения необходимых финансовых средств, партнеров, а именно:

- Бизнес-план для привлечения инвесторов.
- Бизнес-план для получения кредита.
- Бизнес-план для продажи действующего бизнеса.

Для внутреннего применения.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Используется постоянно в качестве инструмента управления. Можно выделить три вида бизнес-планов, которые важны в формальном процессе планирования, как функции управления бизнесом:

- Управленческие бизнес планы – применяются для управления текущей деятельностью и развитием предприятия.
- Бизнес-планы проектов – направлены на планирование и управление проектами, реализуемых в рамках конкретного предприятия.
- Разовые (целевые) бизнес-планы – направлены на принятие отдельных крупных решений, связанных с управлением бизнесом.

Профессиональный бизнес-план это:

- Изучение емкости и перспективности развития рынка сбыта.
- Оценка затрат для производства актуальной для действующего рынка продукции, соизмерение ее с фактическими и прогнозируемыми ценами, по которым реально можно будет реализовывать свои товары. В результате определяется потенциал и прибыльность будущих вложений.
- Обнаружение всевозможных «подводных» камней и скрытых рисков, подстерегающих новое направление деятельности в первые годы работы.
- Определение самых важных показателей, по которым можно будет осуществлять контроль состояния дел на предприятии.

3. Требования предъявляемые к бизнес-плану

Любой бизнес-план — это очень важный документ, который должен составляться с определенными требованиями и по определенным нормам и правилам. Требования, предъявляемые к бизнес плану, достаточно жесткие. Только правильно составленный бизнес-план дает реальную оценку эффективности внедрения проекта. Если речь идет о кредите, то банк выдает свои собственные рекомендации по поводу составления данного документа.

Основные требования к бизнес-плану касаются следующих важных моментов:

- Срок реализации проекта

Все расчеты ведутся на такой срок, чтобы он превышал на год наступление точки окупаемости проекта. Это очень важный аспект. Он помогает определить срок окупаемости продукта. Чаще всего он равен приблизительно два-три года, но может и затянуться. Это повод задуматься о том, а стоит ли вообще заниматься выпуском или реализацией данной продукции. Если речь идет о крупном финансовом проекте, то срок окупаемости может быть гораздо более продолжительным.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- Экономическая эффективность проекта

Этот показатель является, пожалуй, одним из самых главных как для инвесторов, так и для самого владельца бизнеса. При проведении подобного рода расчетов необходимо придерживаться основных рекомендаций по их проведению. Экономическая эффективность проекта должна привлечь инвесторов и дать реальную оценку эффективной работы будущего предприятия. Только в этом случае инвесторы будут заинтересованы в том, чтобы вкладывать денежные средства в проект. Экономическая эффективность так же очень важна и для банков. Они смотрят на этот показатель очень тщательно, перед тем как одобрить кредит.

- Должен содержать все разделы, которые могут заинтересовать инвестора, максимально полно отражая рассматриваемый инвестиционный проект;

- Должен охватывать период времени, достаточный для завершения проекта или для выхода на запланированный уровень производства, реализации, строительства и др.;

- Не должен содержать информации, без которой вполне можно обойтись, и которая никак не повлияет на принятие инвестором (деловым партнером) положительного решения;

- Должен быть написан в стиле рекламного проспекта, и максимально объективно освещать все особенности проекта, его достоинства и недостатки;

- Не стоит умышленно исказить параметры проекта с целью улучшения его привлекательности

- Все выводы и предложения, содержащиеся в бизнес-плане, должны опираться на реальные и обоснованные доказательства, подкрепленные конкретными фактами и примерами;

- Должна прослеживаться аналогия между представленными в бизнес-плане данными и текущим состоянием дел (сложившейся рыночной тенденцией); при этом все более или менее значимые расхождения следует аргументировано прокомментировать;

- Должен быть написан последовательно и логично, чтобы любой мог проследить обоснование параметров проекта и выводов бизнес-плана;

- Должен быть написан так, чтобы его можно было откорректировать с наименьшими трудозатратами;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- Должен с помощью системы конкретных показателей позволять отслеживать соблюдение сроков выполнения работ, объемов производства (строительства), поставок и реализации, соответствие фактических показателей плановым данным;
- Должен быть написан доступным, понятным языком, с соблюдением принятой терминологии и четкими, недвусмысленными формулировками;
- Вместе с бизнес-планом рекомендуется составлять краткую презентацию из 10–20 слайдов, содержащую самые важные организационные, технические и финансовые параметры проекта;
- Информация в бизнес-плане должна быть сгруппирована по разделам, неясности толкования и повторы должны быть исключены;
- Все объемные элементы документа (формы бухгалтерской и финансовой отчетности, результаты исследований и т. п.) должны оформляться в виде приложений и располагаться в конце бизнес-плана;
- По возможности вместо словесного описания лучше использовать графическое представление (различные диаграммы);
- Риски проекта
-

4. Основные структурные элементы. Особенности составления отдельных частей бизнес-плана: маркетинга, операционной, организационной и финансовой.

На данный момент не существует определенных методик подготовки бизнес-плана, однако, в соответствии со стандартами UNIDO, общая структура бизнес-плана, должна придерживаться следующих основных разделов.

1. Резюме. Находится в начале документа и служит для краткого отражения основных идей и параметров бизнес-плана. Писать же его следует в последнюю очередь. От резюме зависит, будут ли читать инвесторы весь бизнес-план или нет. Поэтому пишите резюме ярко, броско, опишите в красочных выражениях, какие выгоды получают инвесторы, если они возьмутся за финансирование вашего бизнес-плана.

2. Титульный лист бизнес-плана. Чем профессиональней он составлен, тем лучшее впечатление произведет и сам проект. Специалист, работающий с бизнес-планами регулярно, сразу увидит качество оформления.

На титульном листе должны присутствовать:

- Наименование предприятия;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- Срок, на который составлен бизнес-план;
- ФИО и должность составителя;
- Координаты и контактные данные компании;
- Дата составления бизнес-плана.

3. Меморандум о конфиденциальности. Он призван защитить авторские права разработчиков на данный бизнес-план и может быть размещен на титульном листе, если он достаточно краткий, или наследующей за титульным листом странице. В нем содержится напоминание о том, что знакомящийся с бизнес-планом берет на себя ответственность и гарантирует нераспространение содержащейся в нем информации без предварительного согласия автора. В нем может быть запрет на копирование всего бизнес-плана или отдельных его частей, на передачу его третьим лицам. Также в нем может содержаться требование о возврате бизнес-плана автору, если он не вызвал интереса.

4. Оглавление бизнес-плана. Для удобства чтения необходимо разбить бизнес-план на основные разделы. С помощью оглавления, каждому читающему будет просто сразу найти интересующий его раздел.

5. Цель предлагаемого проекта. Этот раздел бизнес-плана должен содержать:

- описание тех товаров или услуг, которые Вы хотите предложить Вашим будущим покупателям, и ради производства которых задумывается весь проект;
- примерную оценку той цены, по которой должен будет продаваться Ваш товар;
- оценку затрат, которые потребует производство товара;
- примерную величину прибыли, которую будет приносить каждая единица товара;
- организацию сервиса Вашего товара, если это техническое изделие.

При разработке этого раздела бизнес-плана описывается наиболее подробнейшим образом производимая предприятием продукция или услуга. Необходимо указать наименование продукции, ее отличительные черты, конкурентоспособность, степень готовности к производству, безопасность, экологичность, а также концепцию ценообразования.

6. Анализ и оценка рынка сбыта. Этот раздел бизнес-плана должен содержать:

- описание потребительской продукции и услуг;
- размер рынка и возможные тенденции его развития;
- оценку конкурентов;
- оценку собственных сильных и слабых сторон относительно конкурентов.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Изучение конкурентов - сложный и кропотливый этап составления бизнес-плана. Необходимо внимательно изучить и оценить все нюансы работы ваших конкурентов. Понять специфику работы в данной сфере и реализовать в своем бизнесе все лучшее, что почерпнули у конкурентов.

7. План маркетинга. Задачей маркетинга является определить потребительские качества товара и придумать, как подать это все клиентам. Информация раздела должна убедить потенциального потребителя бизнес-плана в существовании рынка сбыта для предмета планирования и способности лиц, реализующих проект, его продавать. В этом разделе бизнес-плана надо описать:

- как Вы собираетесь продавать свой товар – через собственные фирменные магазины или через оптовые организации;
- как будите определять цены на свои товары;
- какой уровень прибыльности на вложенные средства собираетесь реализовать;
- как будите организовывать рекламу и сколько собираетесь на это выделить;
- как будите добиваться постоянного роста продаж – за счет расширения района сбыта, или за счет поиска новых форм привлечения покупателей;
- как будите организовывать службу сервиса, и сколько на это Вам потребуется средств;
- как будите добиваться хорошей репутации своих товаров и самой фирмы в глазах общественности;
- сведения об оценке патентоведрами патентной чистоты этих товаров в тех странах, где вы собираетесь их продавать.

8. План производства. В этом разделе бизнес-плана должны быть описаны все производственные и другие рабочие процессы. Здесь же рассматриваются все вопросы, связанные с помещениями, их расположением, оборудованим, рабочим персоналом. В этом разделе должны найти отражение вопросы, каким образом и в какие сроки может быть увеличен или сокращен объем выпуска продукции. Полезным элементом в этом разделе бизнес-плана будет схема потоков на предприятии: откуда и как будут поступать все виды сырья и комплектующие изделия; в каких цехах и как они будут перерабатываться в продукцию и как эта продукция будет поставляться с предприятия. Особое внимание уделите контролю за всем, что связано с производством.

9. Организационный план. В этом разделе бизнес-плана отражают все организационные связи с партнерами, учредителями и обосновывают организацию производственной деятельности. В нём должны быть отражены:

- организационно-правовая форма собственности фирмы;
- организационная структура фирмы;
- распределение обязанностей;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- сведения о партнерах;
- описание внешней среды бизнеса;
- трудовые ресурсы фирмы;
- сведения о членах руководящего состава.

10. Финансовый план. Этот раздел бизнес-плана должен обобщить материалы предыдущих частей и представить их в стоимостном выражении. Задача финансового плана - доказать эффективность проекта на всем периоде реализации. При его составлении следует давать прогноз с разбивкой не по годам, а ежемесячно. Если же окупаемость проекта планируется на несколько лет, то первый год следует показать с ежемесячной разбивкой, а последующие – поквартально. При этом необходимо четко отметить точку «возврата» — начало отдачи вложенных средств и планируемый срок полного возврата инвестиций.

Этот раздел бизнес-плана должен содержать:

- План доходов и расходов;
- План денежных поступлений и выплат;
- Свободный баланс и пассивов фирмы;
- График достижения безубыточности;
- Стратегия финансирования (источники поступления средств и их использование);
- Оценка риска и страхование.

11. Приложения. В этот заключительный раздел бизнес-плана могут быть внесены все документы, которые не являются предметом планирования, но на которые ссылаются в остальных разделах:

- Копии контрактов, лицензий и тому подобное;
- Копии документов, из которых взяты исходные данные;
- Прейскуранты поставщиков;
- Таблицы расчетов финансовых показателей, не вошедшие в основные разделы.

Профессиональный бизнес план - это именно то, с чего начинается любой успешный бизнес-проект.

5. Основные этапы составления бизнес-плана

Разработку бизнес-плана проводят в несколько этапов:

Подготовительный этап. На этом этапе определяют цели создания документа, его назначение, сроки, ответственных исполнителей разделов, необходимость привлечения специалистов из других организаций, график работы, бюджет.

Подготовительный этап можно разбить на ряд шагов:

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- Определение целей написания бизнес-плана;
- Определение источников информации;
- Точное определение целевых читателей;
- Установление общей структуры документа.

Этап разработки бизнес-плана по разделам, их компоновка и сведение в единый взаимосвязанный документ.

Второй этап можно разбить на ряд шагов:

- Сбор информации;
- Непосредственное написание бизнес-плана.

Перед тем как заниматься составлением бизнес-плана, необходимо собрать всю нужную информацию. Имея необходимую информацию, руководитель проекта еще до составления делового плана может оценить жизнеспособность самой концепции нового проекта.

Нужные данные можно получить, обратившись в соответствующие организации, или провести собственные исследования. Источником информации могут быть публикации отраслевых ассоциаций, правительственные отчеты, статьи в научных журналах, интернет-информация.

Второй шаг рекомендуется выполнять при непосредственном участии будущих исполнителей проекта (инициаторов его написания). Это необходимо для того, чтобы предприниматель имел более системное и полное представление о слабых и сильных сторонах своей организации, основных направлениях ее деятельности, реальных шансах воплотить данный бизнес-план в жизнь.

Этап обсуждения бизнес-плана. Руководители, ведущие специалисты структурных подразделений предприятия, консультанты сторонних организаций и авторы разделов изучают и обобщают все отзывы и по каждому обоснованному замечанию, готовят аргументированное заключение. После совместного обсуждения проект бизнес-плана дорабатывают, обсуждают повторно и принимают решение о его дальнейшей корректировке, либо о разработке нового варианта.

Заключительный этап. На нем выполняют окончательную редакцию бизнес-плана, его утверждение у руководства предприятия и передачу всем заинтересованным организациям и лицам (акционерам, потенциальным инвесторам и др.).

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ЛЕКЦИЯ 15 ПОДГОТОВКА ПРЕЗЕНТАЦИИ БИЗНЕС-ПЛАНА И ПИТЧА

Вопросы:

1. Контекст и цели презентации бизнес-плана.
2. Структура презентации. Визитки.
3. Условия «идеального» питча (презентация для лифта).
4. Учет особенностей аудитории.
5. Контекст и цели презентации бизнес-плана (стартапа).

1. Стартап — это компания, созданная для поиска воспроизводимой и масштабируемой бизнес-модели.

- Воспроизводимость-возможность многократно продать полученное решение
- Масштабируемость -возможность существенного роста проекта.
- Технологичность -в их основе лежат некие технологические ноу-хау

Стартап — это только что созданная компания находящаяся на стадии развития и строящая свой бизнес либо на основе новых инновационных идей, либо на основе только что появившихся технологий. Чаще всего, характерные особенности стартапа это нехватка финансов и непрочное, почти «партизанское» положение фирмы на рынке.

Одной из основных причин создания, успешного развития и дальнейшего существования стартапов считают неповоротливость и медлительность крупных корпораций, которые успешно используют уже имеющиеся продукты, а разработкой и созданием новых почти не занимаются.

Основным ресурсом для создания нового стартапа служит хорошая новаторская идея.

Также успеху стартапов способствует молодость стартаперов (средний возраст стартапера по статистике – двадцать пять лет), их увлеченность идеей и делом, ну и конечно упорный труд (так как им нужен только успех, они трудятся по принципу: или всё – или ничего, или пан – или пропал).

Для стартапа важна хорошая команда. Важно, чтобы один стартапер эффективно дополнял другого, то есть, имел те необходимые качества и навыки, которых нет у компаньона. Идеальное партнерство: один хорошо планирует — второй налаживает связи, один разрабатывает продукт — второй его реализует и т.п.

Основные направления финансирования:

- Родственники и друзья
- Бизнес-ангелы

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- Венчурные фонды

Дело в том, что человеческие существа в основной массе склонны мыслить в краткосрочной перспективе. Венчурные инвесторы – не исключение. Это любопытно, потому что вы могли бы подумать, что они это в себе преодолели, поскольку умение думать на долгосрочную перспективу — это естественная основа венчурного капитала.

В день они прослушивают по несколько таких презентаций (в основном, никуда не годных) и этот процесс навевает скуку, поэтому надо развеселить их и тем помочь себе.

Стадии развития стартапа:

стадия - стадия идеи (5-7 месяцев, 2-4 сотрудника, привлеченные средства-0; Минимально жизнеспособный продукт)

стадия - стадия запуска (3-5 месяцев, 4-5 сотрудника, привлеченные средства-»на еду», финансирование - сооснователи выполняют всю работу самостоятельно друзья и близкие инвестируют раньше других по низкой цене; Проверка на соответствие продукта потребностям рынка)

стадия - масштабирование (5-6 месяцев, 17-20 сотрудника, привлеченные средства 100.000\$-1.000.000\$, финансирование друзья и близкие, бизнес-ангелы, венчурные капиталисты)

стадия – зрелость (70 месяцев, 100 - 1000+ сотрудников, привлеченные средства 215.000.000\$, финансирование: ИНВЕСТБАНКИРЫ готовят документы и продают акции, получая около 7%, от всего IPO; кто угоден после IPO компании любой человек может стать акционером)

Initial Public Offering -Первичное публичное предложение(первая публичная продажа акций)

2. Структура презентации. визитки

В сети был проведен анализ успешных презентаций, и составлена следующая рекомендуемая структура:

СТРУКТУРА:

- Цели компании
- Проблема
- Решение
- Почему сейчас?
- Объем рынка
- Продукт
- Компания

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- Бизнес-модель
- Конкуренты
- Финансы

После презентации питча главное оставить после себя воспоминание, и помочь тут может визитка. При составлении визитки надо помнить, что не надо нагромождать её излишней информацией, достаточно указать имя, пару контактов, и самое главное- напомнить о её владельце, и проекте, который он представлял. Для этого дизайн визитки, можно сделать в соответствии с дизайном питча, и напомнить о главной идее.

С развитием технологий появились NFC-визитки (Пластиковые карточки, похожие на обычные визитки, со встроенным чипом). Новая технология дает возможность обмениваться файлами между устройствами. Как это работает: Включите функцию NFC на телефоне-Приложите визитку-Сохраните контакт. Вместе с личными данными и контактами можно передать партнеру информацию о компании, различные ссылки, в том числе, на сайт компании.

Часто обычная визитка является лишь элементом этикета, на нее тратится всего около 2-х секунд, в то время как NFC-визитке уделяется около 4-х минут. То есть, имеется большая возможность обратить внимание партнера.

3. Условия «идеального» питча

Пример идеального питча: «Люди хотят быстро перемещаться. Я сделал телепорт, он уже работает. Так как я сам из транспортного сектора и у меня мощная команда инженеров, способных сделать много телепортов и продавцов, способных продать организацию целой сети, мне нужны инвестиции на реализацию этого проекта. Дайте \$1 млн, через три года принесу \$100 млн обратно». В такой истории точно захочется разобраться поподробнее.

На всех этапах разработки следует помнить, что **основная задача питча** —это в первую очередь **заинтересовать** и сделать так, чтобы за ним последовала полноценная встреча, а за ней еще одна.

Советы успешных стартаперов:

- В умении вызвать интерес и состоит творческий талант основателя («Нами заинтересовались таки-то, такие-то инвесторы, мы подумали, что вам тоже может быть интересно», «Наш партнер сообщил, что вы являетесь настоящим экспертом в данной области, и рекомендовал поговорить с вами»)
- Не стоит тратить время на вещи, которые очевидны и инвестору, и предпринимателю

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- Персонализация — предприниматель знает биографию инвестора и формулирует сообщение максимально близкими ему терминами
- Количественные данные — не стоит перегружать числами, но несколько ключевых показателей будут всегда полезны и смогут привлечь внимание («Мы запустили платную версию два месяца назад и сейчас у нас уже больше \$10k»)
- Синергия с портфелем — любой инвестор будет рад, если проект сможет принести понятное businessvalue к имеющимся портфельным компаниям («Месяц назад я запустил с вашей портфельной XXX совместный проект, все очень довольны»).
- Яркие достижения — всё, что может объективно подтвердить компетенции и незаурядность членов команды (реальный пример: «Технический директор — единственный в России разработчик jailbreak для iOS-устройств) или проекта («Нас пригласили в TechStars, YCombinator и так далее).
- Не упоминайте свои победы на локальных конкурсах или статусы. Для профессиональных инвесторов это не играет практически никакой роли, но позволит сделать вывод о том, что реально ценная информация у фаундера закончилась, или он не умеет расставлять приоритеты (порой, молчание — золото).
- Еще один фокус, о котором знают умные студенты-юристы, — это подчеркивание ключевых фраз. Профессора на самом деле никогда не читают полностью экзаменационные работы.

Особенности основной презентации

Сделайте презентацию как историю. Люди любят истории. Наш мозг настроен на то, чтобы реагировать на них. Нам проще вспоминать факты, когда они представлены в виде сюжета. Затем просто нарастите «мясо» из фактов на этом скелете.

Аристотель открыл элементы совершенной презентации несколько тысяч лет назад. Он описал принципы логоса (смысловой составляющей презентации), этоса (характера, духа) и пафоса (воодушевления, эмоционального отклика). Логос — это аргументация, основанная на фактах и их рациональном объяснении. Этос — это аргументация, основанная на духе или характере — вашем характере. Это то, что добавляет вашей истории правдоподобности. И, наконец, пафос — это аргументация, основанная на эмоциях аудитории. Именно их вам и нужно использовать. Поэтому воспринимайте свою презентацию сквозь призму логоса, этоса и пафоса.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Вам нужно привлечь правильный объем инвестиций. Мало инвестиций – ничем не поможет, а только потратит время, а много – вызовет недоверие, и насторожит.

Вашей второстепенной целью должно быть удержание контроля над своей компанией. Сложнее всего заменить своих инвесторов; как только они начали с вами работать, вы уже от них не отделаетесь. Если вы хотите сохранить контроль над проектом за собой, то вам лучше избегать некоторых фирм, которые известны как «серийные убийцы», которые подменяют собой руководство компаний, в которые они инвестируют.

4. Учет особенностей аудитории

Очень успешных и сверхпроницательных венчурных инвесторов, которые могут увидеть отличную бизнес-идею даже несмотря на ужасную и плохо организованную презентацию, очень мало в природе, и даже у них бывают плохие дни. Постарайтесь адекватно понять, как они относятся к настоящему и к будущему.

Как и все люди, венчурные инвесторы по-разному ведут себя в разное время суток.

Еще один нюанс: важно не предоставлять слишком много выбора. Наличие слишком большого количества альтернатив приводит к развитию «синдрома шопоголика» и к затруднениям в принятии решений.

Чем более интерактивной получится встреча, тем лучше для вас: так вы можете не только узнать «инсайды», известные инвестору из общения с другими игроками вашего рынка, но у вас появляется уникальная возможность вовлечь его в ваш проект, показав ему, насколько ценны его советы для вас.

Также следует учитывать особенности самой аудитории, как помещения. Лучше заранее узнать о том, где будет проходить встреча, и подготовиться к конкретному помещению. Делать это необходимо, чтобы не было накладок с освещением, проектором и экраном и т.д.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГИ ПРОДАЖИ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ ИКТ ЛЕКЦИИ 16-17

ЛЕКЦИЯ 17 ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТЯХ

Вопросы:

1. Электронная предпринимательская деятельность, ее признаки.
2. Электронные торговые площадки. Предложение товаров в сетях.
3. Электронная продажа товаров. Продажа товаров дистанционным способом.
4. Средства и системы платежей.

1. Электронная предпринимательская деятельность, ее признаки.

Электронная предпринимательская деятельность (электронная коммерция) - это все формы сделок, связанные с коммерческой деятельностью организаций и физических лиц, которые основаны на обработке и передаче цифровой информации, включая тексты, звуки и визуальные данные.

Электронную коммерцию в настоящее время принято разделять на ряд направлений — основными из них считаются:

- бизнес—бизнес (business-to-business, B2B);
- бизнес—потребитель (business-to-consumer или business-to-client B2C);
- потребитель—потребитель (consumer-to-consumer C2C или peer-to-peer P2P);

Иногда рассматривают также взаимоотношения бизнеса и потребителей с государственными и иными регулирующими органами:

- бизнес—администрация (business-to-administration, B2A);
- потребитель—администрация (consumer-to-administration C2A);

Подобным образом описываются и более сложные цепочки, включающие, например, деятельность Интернет-провайдера: бизнес (производитель товара/услуги) — бизнес (провайдер) — потребитель (business-business-consumer, B2B2C) и т.д.

Web-сайт как основной инструмент электронной коммерции

Основой для ведения электронной коммерции в настоящее время является Web-сайт, как корпоративный, так и сайт сторонних посреднических организаций (поисковые системы, каталоги, порталы, открытые и закрытые торговые площадки и т.п.).

Прежде всего требуется определить и четко сформулировать цели создания Web-сайта и круг возможных посетителей. В терминах маркетинга

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

требуется выделить сегменты потребителей, на которых рассчитан сайт, для чего, возможно, следует провести маркетинговые исследования, как on-line, так и off-line.

Одним из наиболее важных критериев является образование, которое позволяет пользователям более уверенно использовать компьютер и возможности сети Интернет. Частично высокий уровень образования Интернет-пользователей объясняется тем фактором, что люди, имеющие высшее образование, имеют и более высокий доход; но даже если устранить эту зависимость, образование остается одной из важнейших характеристик Интернет-пользователя.

Сегментация пользователей по признакам используемого языка и культурных особенностей показывает, что в Интернете в настоящее время преобладает английский язык и западный тип культуры, что объясняется приоритетом западных стран в развитии сетевых технологий.

Проведение сегментирования и выбор целевых сегментов позволят более четко решать последующие задачи по созданию и позиционированию Web-сайта. В зависимости от результатов этого подготовительного этапа при создании сайта выбирается один из возможных подходов:

1. Сайт — визитная карточка фирмы.
2. Сайт-каталог.
3. Сайт-витрина.
4. Сайт-электронный магазин.

После преодоления организационно-технических проблем, возникающих при создании электронного магазина (выбор исполнителей, провайдера, доменного имени, платежной системы, методов продвижения и т.п.), необходимо обеспечить его эффективное функционирование, а также какой-либо «инструмент» для анализа этой эффективности. При решении этого вопроса целесообразно использовать известный маркетинговый инструментарий, называемый маркетинг-микс или комплекс маркетинга.

К ключевым признакам электронной коммерции относятся:

- совершение сделок посредством информационных технологий;
- ликвидность активов, включая материальные (вещественные) активы и активы, существующие в электронной форме (оцифровка, сканирование данных и т.п.);
- условия реализации активов, включая дистанционные (электронные) способы передачи информации;
- возможность извлечения прибыли с использованием современных технологий (с помощью «цифровых денег» или систем электронных платежей);

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

– передача прав собственности на реализуемые или приобретаемые активы, включая их традиционные и принципиально новые формы (например, информацию в электронном виде). Ряд крупных международных организаций сегодня изучает различные аспекты электронной коммерции. В 1996 году Комиссией ООН по праву международной торговли был разработан Типовой закон об электронной торговле. Данный акт включает положения, касающиеся правил электронной торговли, приемлемые для стран с различными социально-экономическими системами. Его принятие послужило правовой основой дальнейшего развития технологий электронной коммерции.

Разработка различных моделей электронной коммерции, реализация «пилотных» проектов в этой области, а также создание общих юридических основ ведения бизнеса в сети интернет поддерживается и Европейской комиссией в рамках программы Европейского сообщества, направленной на ускорение и расширение исследований по использованию информационных технологий (ESPRIT).

2. Электронные торговые площадки. Предложение товаров в сетях

Возрастающие объемы коммерции системы «бизнес – бизнес» приводят к возникновению электронных торговых площадок, представляющих виртуальное рыночное пространство для ведения электронной коммерции в области совершения сделок и продаж, предоставления сведений о товарах, услугах, а также для поддержки коммуникаций между продавцами и покупателями

Электронные торговые площадки – гораздо более сложный тип посредников, поскольку помимо собственно информационного обмена они обеспечивают возможность осуществления сделок купли-продажи и предоставляют участникам гарантии реализации таких сделок.

Экономическая основа функционирования электронных торговых площадок – плата за каждую сделку (транзакцию), т.н. комиссионный сбор. В зависимости от объема транзакции отраслевой принадлежности размеры взимаемого комиссионного сбора колеблются от 1% до 10% от суммы сделки. Комиссии транзакции – первичная статья дохода для многих коммерческих организаций. Модели получения доходов от транзакций могут быть организованы разными способами, например взимание определенного процента или фиксированной суммы с транзакции обычно на основе заказа на покупку или счет-фактуры. Кроме того, комиссию с транзакции может платить или продавец, или покупатель.

Электронные торговые площадки выполняют и такие функции, как:

♦ продажи программного обеспечения;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

◆ *профессиональные услуги;*

◆ *размещение рекламы;*

◆ *организация подписки.*

Многие провайдеры решений для онлайн-торговых площадок предоставляют доступ к имеющейся у них ценной информации через подписку. Например, за ежемесячную плату дают возможность покупателям получить интересующую их информацию о компьютерной продукции и ее распространителях.

Возникновение тех или иных видов торговых площадок зависит от степени влияния покупателей и продавцов в данной области промышленности, с учетом этого выделяют три вида электронных торговых площадок:

◆ *площадки, создаваемые покупателями (multi buyer-driven).* Крупные коммерческие организации могут создавать свою торговую площадку для привлечения множества поставщиков;

◆ *площадки, создаваемые продавцами (multi supplier-driven).* Наряду с крупными покупателями крупные продавцы также играют активную роль в формировании торговых площадок;

◆ *торговые площадки, созданные третьей стороной (multi third-party-driven)* (технологическими компаниями, ассоциациями, банками, информационными агентами, торгово-промышленными палатами или другими субъектами рынка), которая призвана свести вместе покупателей и продавцов.

По типу управления выделяют следующие торговые площадки

◆ *независимая торговая площадка (independent trading marketplace)* - портал как сетевое сообщество участников рынка управляемый, как правило, сугубо виртуальным независимым оператором, не имеющим «физических подразделений»;

◆ *частная торговая площадка (private marketplace),* создаваемая, управляемая и контролируемая одной крупной «физической» коммерческой организацией (корпорацией);

◆ *отраслевая торговая площадка (industry sponsored marketplace),* принадлежащая специально созданным отраслевым консорциумам. Такая форма взаимодействия заказчиков и поставщиков характерна для отраслей, отличающихся высокой степенью концентрации, например автомобилестроение, нефтехимическая, оборонная.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Каждый из приведенных видов торговых площадок имеет определенные функциональные возможности, которые меняются в зависимости от вида площадки.

С учетом специализации деятельности участников выделяются следующие виды площадок:

◆ **вертикальные торговые площадки**, объединяющие коммерческие организации (предприятия) в границах выбранной отрасли или поставщиков и дилеров одного предприятия;

◆ **горизонтальные торговые площадки (межотраслевые)**, объединяющие в рамках торговой, расчетной или аукционной системы группы коммерческих организаций, принадлежащих к различным отраслям, но решающих схожие задачи: поиск и продажа сырья, материалов, нового и неиспользуемого оборудования, свободных производственных мощностей, капитала и т. д.;

◆ **смешанные**, объединяющие характеристики первых двух.

В идеале любая площадка должна быть нейтральной по отношению ко всем игрокам, они должны быть уверены, что работают только на свой интерес. В то же время необходимо, чтобы площадка была ликвидной, чтобы через нее проходили большие объемы торговли.

Выделяют четыре модели организации торговых площадок среди которых:

◆ **онлайнный каталог (on-line catalog)** – модель организации электронной торговой площадки, позволяющая при поиске товаров сравнивать их сразу по нескольким параметрам, включая цену, даты поставки, гарантии, информацию по обслуживанию и т. д.;

◆ **аукцион (auction)** – модель организации торговой площадки, основное отличие которой от онлайнного каталога состоит том, что цена не фиксирована, а устанавливается во время торгов;

◆ **биржа (exchange)** – электронная торговая площадка, где цена регулируется спросом и предложением, в результате чего подвержена сильным изменениям;

◆ **сообщество (community)** – электронные площадки этого типа собирают вместе потенциальных покупателей и продавцов на базе общего профессионального интереса.

Прогнозы аналитиков относительно будущего виртуальных торговых площадок весьма противоречивы.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Предложение товаров в сетях

При формировании предложения, размещаемого на электронной витрине, необходимо учитывать следующие подходы:

- 1.** Покупки предлагаемых товаров относятся к категории наиболее продуманных, совершаемых лишь после получения о них достаточно полной информации. Это означает: чтобы совершить покупку, покупателю необходимо получить максимальную информацию о товаре, более половины покупателей не совершают импульсивных покупок в Интернете.
- 2.** Решение о покупке данных товаров можно принять при отсутствии прямого контакта с ними (исключением является лишь одежда). Для их покупки вполне достаточно аннотаций, приведенных на сайте.
- 3.** Каждая товарная категория включает массу товаров-аналогов, конкурентов. Прежде чем совершить покупку, необходимо выбрать из сотен аналогичных товаров, что можно быстрее сделать в режиме он-лайн, чем лично объезжать десятки магазинов.

Информация, помещаемая на Web-витрине, должна:

- ◆ соответствовать целям создания виртуального предприятия или отдела;
- ◆ наиболее полно учитывать особенности поведения покупателей целевого сегмента рынка, на который сориентирована коммерческая организация;
- ◆ быть уникальной, т. е. способной привлечь и удержать покупателей;
- ◆ оперативно обновляться.

К витрине предъявляют ряд требований:

◆ покупатели должны иметь возможность быстро находить нужные им товары. При этом необходимо руководствоваться правилом 8 секунд: если покупатель не сможет найти то, что ему требуется, в течение 8 секунд, он скорее всего перейдет на другие сайты;

◆ на сайте должен быть реализован механизм обработки заказов и отправки их в центр исполнения для быстрой доставки заказанных товаров или оказания услуг;

◆ на сайте должен быть реализован механизм формирования итога по заказу и получения распечатанной квитанции, а также механизм отправки покупателям электронной почты, подтверждающей заказ.

Ориентируясь на продажу в сети, коммерческая организация должна иметь информацию о своих покупателях.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Осведомленность коммерческой организации о тех, кто приобретает товары или услуги, посещая сайт данной коммерческой организации, дает ей возможность определить те коррективы, которые необходимо внести в коммерческую деятельность для удовлетворения потребностей клиентов.

3. Электронная продажа товаров

Торговый процесс представляет собой совокупность взаимосвязанных последовательных операций, направленных на доведение товара до конечного потребителя с наименьшими затратами.

При совершении любой покупки потребитель должен выполнить следующие операции: поиск и восприятие информации о торговле; оценку товара до покупки; намерение осуществить покупку; совершение покупки или ее отсутствие; оценку товаров после покупки.

Схема покупки в электронном магазине: осмотр витрины и входа в магазин; просмотр каталога; выбор товара; оформление заказа; оплата/получение товара; гарантийный сервис.

Регистрация при входе в магазин встречается при наличии регистрационного входа, которым могут пользоваться постоянные клиенты и для которых реализуется специальная система обслуживания и схема оплаты.

По окончании формирования заказа и регистрации покупателя вся собранная информация о покупателе (клиенте) поступает из электронной витрины в торговую систему электронного магазина, где осуществляется процесс обработки заказа.

После того как потребитель сделал заказ в магазине, ему отправляется автоматическое подтверждение по электронной почте или факсу.

В подтверждение заказа, которое отправляется потребителю в целях безопасности, не должна включаться информация кредитной карточки (или включаться только в виде первых или последних цифр номера), поскольку в Интернете можно без особого труда просматривать чужую электронную почту.

Если оплата осуществляется при передаче товара покупателю, подтверждение факта заказа обязательно. Чаще всего это происходит посредством электронной почты или по телефону.

Индивидуализация восприятия каждого потребителя осуществляется для привлечения клиентов путем сбора информации о них самих и об их покупательском поведении.

Индивидуализация на Web-сайте может быть осуществлена тремя методами: по ключевым словам; общей фильтрации; по правилам.

При индивидуализации по ключевым словам информация на Web-сайте предоставляется клиентам по определенным категориям.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Для получения информации из системы, работающей по ключевым словам, пользователи вводят свои имена и пароли, которые должны совпадать со списком ключевых слов, введенных ими во время предыдущих посещений сайта. При этом данные связываются с этими ключевыми словами и формируются с помощью кодов HTML для получения заголовков и прочих элементов формирования текста.

При общей фильтрации данные, введенные многими пользователями, сравниваются перед тем, как программа выдаст посетителю (клиенту) соответствующие рекомендации. Этот процесс начинается с формирования пользовательской базы данных системы, работающей, как по ключевым словам, но с более обширной демографической информацией (возраст, пол, образование и т. д.) и подробными данными о пользовательских предпочтениях.

При индивидуализации по правилам система сравнивает введенные пользователем данные для выявления правил его поведения. Чем более надежной оказывается информация, собранная среди пользователей, тем более достоверными получаются правила, применяемые для формирования рекомендаций.

Выбор конкретного метода осуществления индивидуализации зависит от характера базы данных, используемой для формирования рекомендаций.

Все выше рассмотренные этапы покупки в электронном магазине можно отнести к организационной составляющей, позволяющей клиентам (потребителям) покупать товары у коммерческих организаций в Интернете.

Следующий этап заключается в проведении платежей, т. е. в получении денег за товары перед их доставкой.

В реальной торговле существуют три способа оплаты товаров: наличный расчет; чеком; платежной картой.

Следующий этап при продаже (покупке) товаров в электронном магазине - доставка.

Существуют следующие способы доставки:

- ◆ собственной курьерской службой магазина или при помощи профессиональной курьерской службы;
- ◆ почтой (система «Белпочта», например, работает более чем с 200 видами товаров);
- ◆ международной почтовой службой;
- ◆ международной курьерской службой;
- ◆ по телекоммуникационным сетям (при покупке информационного продукта).

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

При организации продажи через электронные магазины следует уделить внимание и послепродажному обслуживанию клиентов для гарантии их удовлетворенности покупкой и завершения процесса исполнения заказа.

4. Средства и системы платежей

Платеж – неотъемлемая операция любой коммерческой сделки. Под платежом понимается процесс перечисления определенной суммы в виде наличных денег либо соответствующих документов с помощью специально предусмотренных технологий.

В электронной коммерции с учетом момента оплаты при совершении коммерческой сделки выделяют три типа систем оплаты:

- 1) с предоплатой;
- 2) с оплатой в момент совершения сделки;
- 3) с оплатой по факту получения товара.

Системы с оплатой по факту наиболее эффективны, поскольку они сравнительно давно используются в Интернете. Системы с предоплатой и оплатой в момент совершения сделки встречаются в Интернете реже. Эти стандарты еще не доработаны и совершенствуются сейчас.

Средства платежа подразделяют на две группы: традиционные (оффлайновые); электронные (онлайновые).

Традиционная платежная система включает следующие средства оплаты товара: наличными; банковским переводом; наложенным платежом; чеком.

Способы оплаты

В настоящее время применяется множество самых разных электронных платежных средств. В зависимости от типа информации, передаваемой в оперативном режиме, электронные платежные средства могут быть разделены на три вида.

Системы платежей, ориентированные на Интернет, включают следующие четыре модели: электронная валюта; кредитные карточки; дебетовые карточки; интеллектуальные карточки.

Электронная валюта является сетевым эквивалентом наличных денег. В частности, электронная система платежей позволяет переводить деньги с одного счета на другой.

Кредитные и дебетовые карточки являются электронными эквивалентами чеков: они требуют наличия счета на сервере или в эмиссионном банке, оборудованном соответствующей сетью, подключенной к Интернету.

Интеллектуальные карточки снабжены микросхемами памяти.

В настоящее время применяется множество самых разных электронных платежных средств. В зависимости от типа информации, передаваемой в

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

оперативном режиме, электронные платежные средства могут быть разделены на три вида.

1. Электронные платежные средства, заслуживающие доверия третьей стороны. Банки ведут счета и номера кредитных карт своих клиентов, которые могут выступать в роли как покупателей, так и продавцов. Финансовые операции выполняются полностью в автономном режиме.

2. Электронные платежные средства на основе системы обозначений денежных переводов. Это вид операций с кредитными картами Visa и MasterCard на основе протокола SET. При этом покупатель передает номер своей кредитной карты торговому предприятию для оплаты приобретенных товаров. Торговое предприятие передает по телефонной линии номер кредитной карты эмиссионному банку для подтверждения ее подлинности. В свою очередь эмиссионный банк корректирует соответственно счета покупателя и торгового предприятия.

3. Цифровые или электронные деньги. Этот вид операций позволяет переводить собственно деньги, имеющие определенную стоимость. В данном случае порядковые номера, обозначающие конкретные деньги, шифруются при передаче по месту назначения, а затем преобразуются в настоящие деньги.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ЛЕКЦИЯ 17 СИСТЕМЫ И ФОРМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Вопросы:

1. **Электронный бизнес и электронная коммерция.**
2. **Категории электронного бизнеса.**
3. **Системы электронной коммерции.**
4. **Формы электронной коммерции.**

1. Электронный бизнес и электронная коммерция

Концепция электронного бизнеса появилась еще до повсеместного распространения. Сетевая экономика представляет собой сетевую системную организованную пространственную структуру взаимоотношений экономических субъектов, находящихся в любой точке этой структуры. Все, что происходит в мире бизнеса, в значительной степени создается, формируется и изменяется посредством коммуникаций, дистанционной передачи данных и сетей связи.

Существование сетевой экономики связано не с внедрением сколь угодно большого количества компьютеров, а с коммуникациями с помощью этих компьютеров.

Сетевая экономика имеет следующие особенности, существенно отличающие ее от традиционной экономики:

- перемещения людей заменяются перемещением информации и товаров;
- производство организуется в стране, потребляющей товары, которые имеют устойчивый спрос;
- усиливается конкуренция на рынке труда;
- повышается роль домашнего умственного труда;
- увеличивается динамика смены бизнес-партнеров;
- выравниваются информационные возможности крупных и мелких коммерческих организаций;
- повышается оперативность принятия решений;
- внедряется управление на коллективной и равноправной основе;
- появляются новые формы расчетов.

Наряду с преимуществами для сетевой экономики характерны и недостатки, заключающиеся в следующем:

- риски трудно рассчитываются, так как носят глобальный характер;
- выделить главные факторы риска часто не представляется возможным;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- экономическая ситуация меняется очень быстро и решения должны быть оперативными;
- обеспечивать информационную безопасность становится все труднее;
- высока вероятность технологических рисков;
- потенциальное недоверие к контрагенту;
- отсутствует юридический статус виртуального предприятия.

Электронный бизнес, электронная коммерция – это новые способы ведения бизнеса, глобальны и динамичны, состоят из операций, происходящих одновременно во времени и пространстве.

Электронный бизнес начался в первую очередь там, где его легко можно было применить. В 1980 г. появился электронный обмен документами (EDI - Electronic Document Exchange) и электронная подпись, и эти возможности стали применяться в банках.

Сферы, в которых постепенно развивался электронный бизнес:

**Банки → Страхование → СМИ → Торговля →
→ Телекоммуникации → Транспорт → Поставки**

В развитии электронного бизнеса выделяются **три этапа**.

Первый этап охватывает период с 1994 по 1999 г.

На этом этапе коммерческие организации обосновались в информационной среде, обеспечили тем самым возможность интерактивного взаимодействия с клиентами. Это был фундаментальный прорыв с точки зрения технологических, деловых и маркетинговых перспектив, который заставил и поставщиков, и клиентов по-новому посмотреть на свои взаимоотношения. Нередко этот этап называют фазой электронных каталогов.

Электронный бизнес к концу 90-х гг. расширил запросы заказчиков, стимулировав потребность в двухстороннем взаимодействии и оперативности. Это привело к переходу ко второму этапу развития систем электронного бизнеса, на котором поставщики интегрировали свои Web-серверы и внутренние бизнес-системы для реализации служб электронной коммерции.

Второй этап начался в 1998 г., когда организации приобретали опыт работы в Интернете, и получил название электронной коммерции.

На втором этапе развития Web-сайты многих коммерческих организаций позволяют клиентам разместить заказы, которые затем передаются в систему обработки. Некоторые системы электронного бизнеса на втором этапе способны реализовать интеллектуальные функции, позволяющие анализировать пристрастия клиента и создавать пользовательские «профили». В этих системах начинается автоматизация процесса предоставления информации одной из взаимодействующих сторон – поставщику или клиенту.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Третий этап начался в 2000 г., когда электронный бизнес распространился во все сферы экономической деятельности. Он характеризуется тем, что поставщики вместо предоставления информации на своих Web-сайтах или серверах будут доставлять разнообразные данные непосредственно на компьютерные системы и компьютеры своих клиентов и поставщиков. Доставку информации клиенту необходимо обеспечить в любое время независимо от того, где находится клиент, на его портативный компьютер, на мобильный телефон, с сервера на сервер.

Электронный бизнес на третьем этапе развития требует применения обеими сторонами интеллектуальных автоматизированных приложений и программных интерфейсов, способных взаимодействовать без участия человека. Приложение одной из сторон может автоматически обращаться одновременно к нескольким источникам данных – к серверам других организаций, к десяткам Web-сайтов через Интернет, к другим компьютерам в пределах собственной организации, и интегрировать затем полученную информацию. Клиент может через единый интерфейс собирать данные о производственных и складских мощностях поставщиков, системах контроля организации. Индивидуальный пользователь может сформировать персональный финансовый отчет.

С переходом к новому этапу развития электронного бизнеса коммерческие организации начинают добиваться не только улучшения качества и снижения цены продуктов и услуг, но и повышения эффективности своих каналов электронного бизнеса. Организации, использующие системы электронного бизнеса, способны предоставить своим клиентам необходимую информацию везде, всегда и в любой форме.

Работникам коммерческих организаций остается выполнять лишь те задачи, которые они решают лучше всего – анализ, использование опыта, оптимизация процедур, нахождение выхода из сложных ситуаций. Управление знаниями становится персонализированным и непосредственным, так как необходимая информация из самых разнообразных источников поставляется в нужное время именно тому сотруднику, который должен принять решение, независимо от его местонахождения. Обработка информации происходит быстрее и эффективнее, поскольку данные собираются и анализируются там, где принимается решение.

Несмотря на мнение, что в Интернете все решает низкая цена, большинство экспертов сходятся в том, что в будущем все более важную роль в привлечении клиентов через Интернет будет играть качество обслуживания. Обеспечат свою эффективную деятельность те организации, которые приложат усилия к тому, чтобы организовать свою работу в соответствии с пожеланиями клиентов.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

2. Категории электронного бизнеса

Электронный бизнес с учетом количества вовлеченных субъектов можно условно разделить на **три категории**:

- в рамках одной организации;
- в рамках нескольких организаций;
- для потребителей.

Электронный бизнес в рамках одной организации возможен с помощью так называемой сети интранет (intranet, или интрасеть). Интранет представляет собой корпоративную сеть, использующую технологии Интернета для передачи информации с минимальными затратами времени, усилий и денег.

Электронный бизнес в рамках нескольких организаций осуществляется с помощью экстрасети (extranet, или экстранет). Экстрасеть представляет собой электронный обмен деловой информацией в структурном формате, происходящий между партнерами по бизнесу. Она поддерживает обработку огромных объемов данных при передаче их с одного компьютера на другой, используется обычно для установления связей с потребителями, поставщиками, деловыми партнерами и другими группами людей, имеющими отношение к эффективной деятельности организации. Внедрение экстрасети подразумевает преобразование бумажных документов в электронный формат.

Бизнес для потребителей развит лучше других.

Интернет представляет собой универсальную глобальную сеть, которая с каждым днем становится все более повсеместной. Благодаря тому, что Интернет связывает большие компьютеры, управляющие отдельными сетями, он превращается в информационную магистраль, которая делает доступной информацию, хранящуюся на многих тысячах компьютеров, для миллионов людей в любой точке мира. Это одновременно и среда, и рынок. Она позволяет существенно снизить затраты на выполнение операций и осуществление связи.

С учетом сферы деятельности организации можно выделить несколько частей электронного бизнеса, связанных с Интернетом:

- бизнес на Интернете (Интернет-провайдинг, сервис-провайдинг, контейн-провайдинг);
- бизнес вокруг Интернета (поставка технических средств, поставка программных средств, Web-дизайн, программирование и сопутствующие услуги);
- бизнес в Интернете (Интернет-реклама, Интернет-маркетинг, электронный аукцион, электронный магазин и т. д.).

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Понятие электронного бизнеса достаточно широкое и включает разные виды деятельности:

- электронное банковское дело;
- электронная коммерция;
- электронные НИОКР (научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы);
- электронный франчайзинг;
- электронное казино;
- электронное обучение;
- электронные брокерские услуги;
- электронное страхование.

Одно из самых успешных начинаний – **внедрение банковского дела** в Интернет. Электронный банк позволяет клиентам получать доступ к их счетам, осуществлять различные финансовые операции с помощью простого в использовании Web-сайта, т. е. предоставляет клиентам возможность полного самообслуживания, экономии времени и денег.

Электронная коммерция – разновидность электронного бизнеса, представляющая собой технологию совершения коммерческих операций и систему управления производственными и другими процессами с применением электронных средств обмена данными.

Электронные НИОКР позволяют привлекать к научно-исследовательским и опытно-конструкторским работам любого специалиста, имеющего доступ к сети Интернет, независимо от его местонахождения. Интернет повысил скорость разработки проекта, а благодаря своим возможностям предложил и новые средства для совместной работы.

Электронный франчайзинг во многом похож на обычный, только в Интернете он значительно упростился. Передача товаров, процессов и торговых марок в цифровом формате происходит быстрее и проще. К достоинствам этого вида деятельности можно отнести отсутствие затрат на распространение.

Один из наиболее прибыльных видов деятельности в Интернете – азартные игры. **Электронные казино** в основном зарегистрированы в странах, где азартные игры легальны. Компании, владеющие сайтами казино, могут подключать программы игр без всяких ограничений, приглашая любое количество игроков со всего света.

Электронное обучение, которое иногда называют обучением на основе Интернета, предлагает принципиально новый подход к подготовке специалистов. В интерактивном режиме обучающемуся предоставляется материал, а затем проводится тестирование в режиме реального времени всех

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

учащихся одновременно. Возможна и помощь интерактивного педагога (настоящий педагог). Учебный процесс становится более индивидуальным, благодаря чему каждый усваивает материал в подходящем для себя темпе.

Интернет изменил стиль работы с ценными бумагами. Операции с электронными ценными бумагами, называемые также **электронным брокерством**, позволяют получать сведения о ценах на акции в любой точке мира в режиме реального времени. Пользователи могут немедленно отреагировать на изменение курса. Благодаря такой системе каждый может принять участие в торгах и заработать деньги, удачно купив или продав ценные бумаги.

3. Системы ЭК

Электронная коммерция вовлекает по крайней мере двух участников. К основным участникам, вовлекаемым в сотрудничество в рамках такого процесса, относятся: предприятия, индивидуумы, государственные структуры и ведомства.

Эти участники и образуют основные системы электронной коммерции:

- 1) «бизнес - бизнес» (**business - business, B - B**),
- 2) «бизнес - потребитель» (**business - consumer, B - C**),
- 3) «бизнес - правительство» (**business - government, B - G**),
- 4) «потребитель - правительство» (**consumer - government, C - G**);
- 5) «потребитель - потребитель» (**consumer - consumer, C - C**).

Наибольшее развитие получили системы «бизнес - бизнес» и «бизнес - потребитель».

1) Система «бизнес - бизнес»

В системе «бизнес - бизнес» в качестве продавцов и покупателей выступают юридические лица (коммерческие организации (предприятия)). Система «бизнес - бизнес» включает сложное взаимодействие в процессе закупки, производства и планирования, сложные условия оплаты и соглашения о круглосуточном исполнении.

Вовлечение партнеров в систему «бизнес - бизнес» обеспечивается совместным характером деятельности. В частности, коммерческие предприятия образуют долгосрочные союзы, благодаря чему сокращаются расходы на их деятельность. Совместный характер коммерческой деятельности требует коллективного использования деловыми партнерами общей информации, в том числе о ценах на товары, товарных запасах, о состоянии поставок. В системе «бизнес-бизнес» могут использоваться как частные сети, так и Интернет для организации взаимодействия между партнерами.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Многие системы «бизнес - бизнес» создаются по принципу глубокой специализации и при четком отборе потенциального круга клиентов. При этом финансовый результат формируется в виде комиссионных от более четко просчитываемого оборота и рекламы, что делает прогноз будущих потоков прибыли более достоверным.

В зависимости от того, кто контролирует рынок (покупатель, поставщик или посредник), выделяют следующие системы электронной коммерции «бизнес - бизнес»:

Ориентированная на покупателя (buyer-oriented), при которой покупатель приобретает продукцию в широком ассортименте и использует Интернет для организации рынка на своем сервере, а Web-сайт для участия поставщиков в торгах.

Ориентированная на поставщика (supplier-oriented), когда производитель или поставщик приглашает коммерческих и индивидуальных потребителей заказать товары в организованном месте на электронном рынке.

Ориентированная на посредника (intermediary-oriented), при которой центральное место отводится посреднической организации электронной коммерции, организующей обменный рынок, на котором могут совершать сделки покупатели и продавцы. Посредник уделяет особое внимание исполнению заказов.

Согласно данным Организации экономической кооперации и развития (ОЕСД), почти все источники говорят о доминировании системы «бизнес - бизнес» на рынке электронной коммерции. Известное правило 80 : 20 можно трактовать следующим образом: около 80% оборота всей электронной коммерции приходится на систему «бизнес - бизнес».

Рынок электронной коммерции системы «бизнес - бизнес» в 10 раз крупнее рынка системы «бизнес - потребитель».

2) Система «бизнес - потребитель»

Система «бизнес - потребитель» подразумевает, что в качестве покупателей выступают индивидуальные потребители, а в качестве продавцов – юридические лица.

Для успешного развития системы «бизнес - потребитель» необходимо: значительное число частных пользователей, формирующих достаточный покупательский спрос; широкое развитие соответствующей сети в стране; развитые платежные системы; службы доставки; требуемое законодательное регулирование этого вида бизнеса; доверие покупателей к этому виду бизнеса; достаточный объем денежных средств у покупателей.

Основными операциями взаимодействия в системе «бизнес - потребитель» являются: просмотр каталога коммерческого предприятия;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

размещение заказов; оплата товаров (услуг); исполнение заказов; отправка откликов.

Различия между электронной коммерцией систем «бизнес - бизнес» и «бизнес - потребитель» более существенны, чем между розничной и оптовой торговлей.

3) Система «бизнес - правительство»

Информационные технологии применяются не только хозяйствующими субъектами, но и государством, выполняющие функции регулятора рыночных процессов. Новые информационные отношения рыночных субъектов нашли отражение в системе «бизнес - правительство», где в качестве сторон бизнес-отношений выступают юридические лица и государственные учреждения.

Современный подход к государству основывается на том, что оно обладает всеми признаками крупной корпорации: у него есть бюджет; расходы; доходы; оно выступает субъектом мирового рынка, обобщая деятельность своих экономических агентов; у него есть акционеры и одновременно клиенты – граждане, которые заинтересованы в том, чтобы государственные сервисы были максимально дешевы и доступны.

4) Система «потребитель - правительство (государство)»наименее развита, однако имеет высокий потенциал к развитию, особенно при организации взаимодействия в таких областях, как социальная и налоговая.

5) Система «потребитель - потребитель»

Последняя выделяемая система «потребитель - потребитель» также находится в начале своего развития. Эта система включает взаимодействие потребителей с целью обмена коммерческой информацией, а также формы аукционной торговли между физическими лицами.

Специфика отрасли, в которой работает организация (субъект рынка), ее возможности и цели, которые она перед собой ставит, определяют выбор системы ведения бизнеса в сети. Кроме того, коммерческая организация может сочетать и взаимно дополнять различные виды систем электронной коммерции.

4. Формы электронной коммерции

1) Электронный магазин– специализированный сайт, с помощью которого можно в интерактивном режиме покупать или продавать товар и услуги, предварительно ознакомившись с информацией об этих товарах (услугах).

В отличие от традиционных магазинов электронный магазин может предложить более широкий ассортимент товаров и услуг; предоставить потребителям полную информацию о свойствах товаров.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

За счет использования современных компьютерных технологий развивается персонализация продаж, т. е. индивидуальный подход к каждому покупателю с учетом предыдущего опыта работы с ним.

Электронные магазины наиболее близки к нашей обыденной жизни и поэтому привлекают внимание в первую очередь. Кроме того, их наличие создает ряд преимуществ как для владельца магазина, так и для покупателя.

Электронный магазин позволяет владельцу:

- ◆ создать электронный каталог предлагаемых на рынок товаров или услуг, который постоянно доступен в сети Интернет;
- ◆ организовать круглосуточный канал сбыта;
- ◆ самостоятельно управлять работой магазина, оперативно обновляя информацию о предлагаемых товарах и услугах;
- ◆ автоматизировать систему приема заказов (e-mail-сообщения об операциях с заказом отсылаются покупателю автоматически);'
- ◆ вести мультивалютную выписку документов (доллары - рубли), используя при этом внутренний валютный курс пересчета;
- ◆ задавать режим автоматического определения категории покупателя (опт, розница и т. п.);
- ◆ организовать работу в системе «бизнес - бизнес» для обслуживания удаленных филиалов и бизнес-партнеров;
- ◆ обеспечить обратную связь (опросы, анкеты, розыгрыши, почтовые рассылки и т. п.) для маркетинговых исследований на рынке и создания клиентской базы данных;
- ◆ проводить анализ работы магазина на основании статистики, автоматически формируемой в процессе работы магазина;
- ◆ получить эффективную рекламную поддержку своему бизнесу;
- ◆ подключить одну или несколько онлайн-платежных систем для осуществления немедленных расчетов;
- ◆ организовать службу доставки товаров покупателю;
- ◆ подключить онлайн-гид (возможность общаться с покупателем в реальном времени);
- ◆ подключить систему ведения новостей на сайте;
- ◆ создать e-mail-рассылку, сообщающую покупателям о новинках, появившихся в магазине;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

◆ провести интеграцию магазина с офисными системами, такими как склад и бухгалтерия, для автоматизации процесса переноса информации в базы данных электронного магазина.

Электронный магазин позволяет покупателю:

◆ выбрать товар по каталогу и произвести его on-line заказ, используя Web-интерфейс;

◆ совершить сделку купли-продажи в любое удобное время;

◆ произвести оплату одним из доступных на данный момент способов;

◆ получить по e-mail подтверждение о размещенном заказе;

◆ постоянно отслеживать текущее состояние размещенного заказа в режиме on-line или e-mail.

Электронная витрина – специализированный Web-сайт, содержащий подробную информацию о предлагаемых к продаже товарах и предлагающий разместить заказ, который затем поступает в обычный офис по электронной почте.

Автоматизированный магазин– это Web-сайт, не только предоставляющий информацию о товарах, но и автоматически взаимодействующий с базами данных.

Торговая Интернет-система (ТИС)– наиболее сложная полноценная система для организации торговли через Интернет, она напрямую связана с внутренней автоматизированной торговой системой коммерческой организации. Это очень важно, потому что при организации электронного магазина всегда возникают проблемы увязки электронного бизнеса с традиционным.

В зависимости от способа создания электронного магазина выделяют следующие их варианты:

- аренда уже готового магазина;
- приобретение «коробочного» программного обеспечения;
- заказная разработка;
- самостоятельная разработка проекта.

2) Электронный аукцион

Одной из уникальных особенностей Интернета является объединение людей из самых разных географических регионов по узким интересам. Такие группы пользователей призваны обслуживать электронные аукционы.

На каждом электронном аукционе есть лицо, проводящее аукцион (аукционист), продавец, покупатель. Для его проведения необходима правовая база, объекты торговли, заинтересованность контрагентов в участии. Участвовать в торгах как в качестве покупателей, так и продавцов могут

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

только зарегистрированные пользователи. Участникам гарантируется, что информация конфиденциального характера предоставляется только контрагентом по сделке (после завершения торгов). После регистрации участники получают пароль по электронной почте. Торги по позициям на электронном аукционе идут ограниченное время, которое определяет продавец. Время закрытия торгов указывается в описании товара.

С учетом предлагаемых объектов выделяют аукционы, реализующие:

- ◆ *предметы потребления;*
- ◆ *товары и услуги с ограниченным сроком реализации или произведенные ранее товары, имеющие конкретный срок реализации;*
- ◆ *товары ограниченного спроса, например образцы изобразительного искусства, предметы коллекционирования.*

С учетом экономического эффекта от участия в аукцион можно выделить:

- ◆ *аукцион как эффективный скоординированный механизм в условиях ограниченности ресурсов;*
- ◆ *аукционы как социальный механизм установления цен;*
- ◆ *аукцион как эффективный объединяющий механизм;*
- ◆ *аукцион как эффективный механизм распределения.*

3) Корпоративные порталы

Порталы представляют собой одну из последних форм электронной коммерции, появившуюся в 1998 г.

Портал можно определить как Web-сайт, предназначенный для специфической аудитории (клиентов и сотрудников коммерческой организации), который обеспечивает:

- ◆ *объединение информационного наполнения и доставку важной для данной аудитории информации;*
- ◆ *совместную работу и коллективные услуги;*
- ◆ *доступ к услугам и приложениям для избранной аудитории, предоставленный на основе строгой персонализации.*

По своей сути портал осуществляет анализ, обработку и доставку информации и предоставляет доступ к различным сервисам на основе персонализации пользователей с помощью любого устройства, подключенного к Интернету.

Существует следующая классификация порталов по назначению:

- ◆ *мегапорталы* (горизонтальные, публичные) – представляют собой оригинальные Интернет-порталы, обращающиеся ко всему Интернет-

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

сообществу, а не к специфической группе с определенным интересом, например Rambler, Yahoo, Lycos;

♦ **вертикальные порталы (ворталы)** – обслуживают узкоспециализированные сообщества (группы) или рынки (например рынок автомобилей, туристические агентства, товары только для женщин). Вертикальные порталы также иногда называют субпорталами. Они существуют практически для любой аудитории, имеющей свою нишу в Интернете, и любой такой рынок имеет более одного вертикального портала. Число вертикальных порталов быстро растет;

♦ **порталы типа «бизнес - бизнес»** – создаются для того, чтобы предприятия могли взаимодействовать друг с другом или завершать свои совместные бизнес-операции. Такие порталы предоставляют клиентам множество механизмов электронного бизнеса (например, выбор поставщиков, осуществление закупок, проведение аукционов).

♦ **корпоративные порталы** – формируются для целевой аудитории, ограниченной рамками крупных предприятий и корпораций.

4) Электронные торговые площадки

Возрастающие объемы коммерции системы «бизнес – бизнес» приводят к возникновению электронных торговых площадок, представляющих виртуальное рыночное пространство для ведения электронной коммерции в области совершения сделок и продаж, предоставления сведений о товарах, услугах, а также для поддержки коммуникаций между продавцами и покупателями

Электронные торговые площадки – гораздо более сложный тип посредников, поскольку помимо собственно информационного обмена они обеспечивают возможность осуществления сделок купли-продажи и предоставляют участникам гарантии реализации таких сделок.

Экономическая основа функционирования электронных торговых площадок – плата за каждую сделку (транзакцию), т.н. комиссионный сбор. В зависимости от объема транзакции отраслевой принадлежности размеры взимаемого комиссионного сбора колеблются от 1% до 10% от суммы сделки. Комиссии транзакции – первичная статья дохода для многих коммерческих организаций. Модели получения доходов от транзакций могут быть организованы разными способами, например взимание определенного процента или фиксированной суммы с транзакции обычно на основе заказа на покупку или счет-фактуры. Кроме того, комиссию с транзакции может платить или продавец, или покупатель.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Электронные торговые площадки выполняют и такие функции, как:

- ◆ *продажи программного обеспечения;*
- ◆ *профессиональные услуги;*
- ◆ *размещение рекламы;*
- ◆ *организация подписки.*

Многие провайдеры решений для онлайн-торговых площадок предоставляют доступ к имеющейся у них ценной информации через подписку. Например, за ежемесячную плату дают возможность покупателям получить интересующую их информацию о компьютерной продукции и ее распространителях.

Возникновение тех или иных видов торговых площадок зависит от степени влияния покупателей и продавцов в данной области промышленности, с учетом этого выделяют **три вида электронных торговых площадок:**

◆ *площадки, создаваемые покупателями (multi buyer-driven).* Крупные коммерческие организации могут создавать свою торговую площадку для привлечения множества поставщиков;

◆ *площадки, создаваемые продавцами (multi supplier-driven).* Наряду с крупными покупателями крупные продавцы также играют активную роль в формировании торговых площадок;

◆ *торговые площадки, созданные третьей стороной (multi third-party-driven)* (технологическими компаниями, ассоциациями, банками, информационными агентами, торгово-промышленными палатами или другими субъектами рынка), которая призвана свести вместе покупателей и продавцов.

По типу управления выделяют следующие торговые площадки

◆ *независимая торговая площадка (independent trading marketplace)* - портал как сетевое сообщество участников рынка управляемый, как правило, сугубо виртуальным независимым оператором, не имеющим «физических подразделений»;

◆ *частная торговая площадка (private marketplace),* создаваемая, управляемая и контролируемая одной крупной «физической» коммерческой организацией (корпорацией);

◆ *отраслевая торговая площадка (industry sponsored marketplace),* принадлежащая специально созданным отраслевым консорциумам. Такая форма взаимодействия заказчиков и поставщиков характерна для отраслей,

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

отличающихся высокой степенью концентрации, например автомобилестроение, нефтехимическая, оборонная.

Каждый из приведенных видов торговых площадок имеет определенные функциональные возможности, которые меняются в зависимости от вида площадки.

с учетом специализации деятельности участников выделяются следующие виды площадок:

◆ **вертикальные торговые площадки**, объединяющие коммерческие организации (предприятия) в границах выбранной отрасли или поставщиков и дилеров одного предприятия;

◆ **горизонтальные торговые площадки (межотраслевые)**, объединяющие в рамках торговой, расчетной или аукционной системы группы коммерческих организаций, принадлежащих к различным отраслям, но решающих схожие задачи: поиск и продажа сырья, материалов, нового и неиспользуемого оборудования, свободных производственных мощностей, капитала и т. д.;

◆ **смешанные**, объединяющие характеристики первых двух.

В идеале любая площадка должна быть нейтральной по отношению ко всем игрокам, они должны быть уверены, что работают только на свой интерес. В то же время необходимо, чтобы площадка была ликвидной, чтобы через нее проходили большие объемы торговли.

Выделяют четыре модели организации торговых площадок, среди которых:

◆ **онлайн-каталог (on-line catalog)** – модель организации электронной торговой площадки, позволяющая при поиске товаров сравнивать их сразу по нескольким параметрам, включая цену, даты поставки, гарантии, информацию по обслуживанию и т. д.;

◆ **аукцион (auction)** – модель организации торговой площадки, основное отличие которой от онлайн-каталога состоит в том, что цена не фиксирована, а устанавливается во время торгов;

◆ **биржа (exchange)** – электронная торговая площадка, где цена регулируется спросом и предложением, в результате чего подвержена сильным изменениям;

◆ **сообщество (community)** – электронные площадки этого типа собирают вместе потенциальных покупателей и продавцов на базе общего профессионального интереса.

Прогнозы аналитиков относительно будущего виртуальных торговых площадок весьма противоречивы.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ПРАКТИЧЕСКИЙ МОДУЛЬ ПЛАНИРОВАНИЕ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

ПОНЯТИЯ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО» И «БИЗНЕС». ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ИКТ) СЕМИНАР 1 (2 Ч.)

Вопросы:

1. Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).
2. Информационный риск.
3. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности.
4. Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.

Студенты должны знать:

базовые понятия экономической теории;
определение предпринимательства как особого вида инновационной экономической деятельности, основанной на продуктивно-творческой, а не на распределительно-потребительской мотивации;
значимость инновационного развития в Республике Беларусь.

Студенты должны уметь:

свободно использовать основной категориальный аппарат по теме;
выделять основные факторы информационного риска;
анализировать результаты инновационного развития в экономической практике белорусского государства.

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме: предпринимательство, бизнес, деятельность предпринимателя, предприниматель, предпринимательские способности, прибыль, предпринимательская деятельность, основная функция предпринимательства, социальные функции бизнеса, принципы предпринимательства, индивидуальный предприниматель, ответственность бизнеса, предпринимательский образ мышления.

ОСМЫСЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НАУЧНОЙ И УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ СЕМИНАР 2 (4 Ч.)

Вопросы:

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

1. Сильвестр «Домострой».
2. С.Н. Булгаков «Философия хозяйства», «Православие. Очерки учения Православной Церкви».
3. П. Савицкий «Хозяин и хозяйство».
4. О. Платонов «Экономика русской цивилизации».
5. Н.Н. Зарубина «Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства».
6. Р. Апресян «Ценностные контрверзы предпринимательства».
7. В. Орлов «Философия бизнеса в обществах переходного типа».

Студенты должны знать:

основные термины рассматриваемой темы;
основные различия между хозяйственным аскетизмом и хозяйственным эгоизмом как моделями хозяйствования, рассмотренными в произведениях С.Н. Булгакова;
основные черты русской цивилизации и ее самобытность, описанные в произведении О. Платонова «Экономика русской цивилизации»;
о возможности совмещения принципов православия и капитализма.

Студенты должны уметь:

использовать основной категориальный аппарат данной темы;
рассуждать о социально-этической ответственности предпринимателя (на примере статьи Р. Апресяна «Ценностные контрверзы предпринимательства»);
выделять проблемное поле философии бизнеса (на примере монографии В. Орлова «Философия бизнеса»).

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме:
капитализм, частная собственность, рыночная экономика, деловая мораль, инновация, традиция хозяйственно деятельности, предпринимательский и мещанский дух, мотивация предпринимательства, новаторство, хозяйственный аскетизм и эгоизм, хозяин, социальная ответственность предпринимателя

БИЗНЕС И ТЕОРИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕМИНАР 3 (2 Ч.)

Вопросы:

1. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

2. Социальная ответственность бизнеса.
3. Дискуссии о социальной ответственности.

Студенты должны знать:

основной понятийный аппарат по рассматриваемой теме;
особенности осуществления предпринимательской деятельности;
способы организации бизнеса;
социальные аспекты ведения бизнеса.

Студенты должны уметь:

анализировать направления предпринимательской деятельности;
определять социальную направленность бизнеса;
вести дискуссию о социальной ответственности бизнеса.

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме:
деятельность, цель, целеполагание, бизнесмен, организатор, управленец,
исполнитель, управляющий, полисистема, общественный идеал, частный
интерес, социальная ответственность бизнеса

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА СЕМИНАР 4 (2 Ч.)

Вопросы:

1. Информационная культура.
2. Этические нормы информационной деятельности человека.
3. Правовая охрана программ и данных.
4. Конфиденциальность и защита информации (защита доступа к компьютеру, защита программ от нелегального копирования и использования, шифрование данных, защита информации в Интернете).

Студенты должны знать:

базовый категориальный аппарат по рассматриваемой теме;
сущность информационной культуры и её особенности;
основные этические нормы информационной деятельности человека;
основы правового регулирования бизнеса.

Студенты должны уметь:

оперировать основными понятиями по исследуемой теме;
устанавливать деловой контакт, используя этические нормы;
работать с юридической литературой и трудовым законодательством.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме: культура, взаимодействие культур, межкультурный, коммуникация, межкультурная коммуникация, формы межкультурной коммуникации, прямая коммуникация, косвенная коммуникация, опосредованная коммуникация, непосредственная коммуникация, контексты коммуникации, внешний контекст, временной контекст, сферы общения для межкультурных коммуникаций, межкультурное взаимодействие, деловой контакт, бизнес-общение.

ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА ФРИЛАНСЕРА СЕМИНАР 5 (2 Ч.)

Вопросы:

1. Фриланс-сервисы, понятие фриланс-сделки
2. Оценка профессиональных навыков фрилансера.
3. Фриланс как способ ухода от уплаты налогов.
4. Методы поиска и борьбы с фрилансом в Республике Беларусь.

Студенты должны знать:

основные понятия рассматриваемой темы;
формировать оценку профессиональных навыков фрилансера;
особенности трудовой деятельности фрилансера в Республике Беларусь.

Студенты должны уметь:

оперировать основными понятиями по данной теме;
применять базовые научно-теоретические знания для принятия решений в сфере фриланс-услуг;
использовать юридическую литературу и трудовое законодательство.

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме: фриланс, ИТ-фриланс, заказчик, исполнитель (фрилансер), удаленная работа, фриланс-услуги, рерайтер, электронные деньги, аккаунт, фриланс-сделка, часовая тарифная ставка, фриланс-биржа, «покупаемый профуровень».

ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ СЕМИНАР 6 (2 Ч.)

Вопросы:

1. Основные типы программного обеспечения, специфика разработки, стоимость.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

2. Средства, сервисы и продукты оптимизации процесса разработки программного обеспечения.

3. Услуги аутсорсинга и консалтинга в ИТ.

Студенты должны знать:

основной категориальный аппарат ИТ;
структуру программного обеспечения и его специфику;
сферу услуг в области программного обеспечения.

Студенты должны уметь:

оперировать основными терминами рассматриваемой темы;
планировать процесс разработки программного обеспечения;
осуществлять услуги аутсорсинга и консалтинга в сфере ИТ.

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме:
информационные технологии (ИТ), программное обеспечение (ПО),
бизнес-процесс, инфраструктура, графический дизайнер, сетевой инженер,
верстальщик, ИТ-отдел, TeamLead (технический лидер), Juniordeveloper
(младший разработчик), Middledeveloper (разработчик среднего уровня),
Seniordeveloper (разработчик высшего уровня), системное ПО, прикладное
ПО, web-приложения, приложения хранилищ данных, ПО для big data, сетевое,
мобильное, облачное ПО, система контроля версий, case-средства (СС), ИТ-
аутсорсинг, ИТ-консалтинг.

МЕХАНИЗМЫ МОТИВАЦИИ В ИТ-БИЗНЕСЕ СЕМИНАР 7 (2 Ч.)

Вопросы:

1. Мотивация персонала.
2. Мотивы труда. Соотношение мотива и стимула.
3. Управление персоналом в сфере информатизации.

Студенты должны знать:

термины и понятия рассматриваемой темы;
особенности процесса мотивации персонала;
классификацию потребностей и факторы мотивации персонала;
методы управления персоналом в сфере информатизации.

Студенты должны уметь:

грамотно употреблять понятийный аппарат данной темы;
давать оценку значимости мотивации персонала;
определять основные мотивы и стимулы труда персонала;
применять методы мотивации в ИТ-бизнесе.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме: мотивация, потребности, классификация потребностей, стимул, факторы мотивации, механизм мотивации, способы мотивации, мотив, ожидания, притязания, стимулирование.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ БИЗНЕСА СЕМИНАР 8 (2 Ч.)

Вопросы:

1. Закрытые и открытые акционерные общества.
2. Общества с ограниченной и дополнительной ответственностью как субъекты хозяйственной деятельности.
3. Хозяйственные товарищества, производственные кооперативы и унитарные предприятия как субъекты хозяйственной деятельности.

Студенты должны знать:

категориальный аппарат исследуемой темы;
основные организационно-правовые формы бизнеса и их особенности;
основные положения правового регулирования субъектов хозяйствования;
перечень используемых учредительных документов основных организационно-правовых форм бизнеса.

Студенты должны уметь:

применять на практике понятийный аппарат данной темы;
определять особенности организационно-правовых форм бизнеса;
составлять учредительный договор и устав коммерческой организации.

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме: индивидуальный предприниматель, юридические лица, коммерческие организации, некоммерческие организации, хозяйственные общества и хозяйственные товарищества, полное товарищество, командитное товарищество, акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью, унитарное предприятие, распорядительный способ образования, разрешительный способ образования, явочно-нормативный способ образования; учредительные документы юридического лица, общее положение об организациях, учредители, учредительный договор, содержание учредительного договора,

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

консенсуальность договора, договор создания, устав предприятия, структура устава предприятия, договор создания, правовые формы организаций, уставный фонд, прибыль, убытки.

Практическое занятие 1 Учредительные документы юридического лица (4 ч.)

Задание: составить учредительный договор, устав ЧУП (ООО)

ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ СЕКТОРА ИКТ СЕМИНАР 9 (2 Ч.)

Вопросы:

1. Виды финансового контроля.
2. Формы финансового контроля.
3. Основные методы финансового контроля.

Студенты должны знать:

основной категориальный аппарат исследуемой темы;
особенности финансовой деятельности организации сектора ИКТ;
способы организации бизнеса в сфере ИКТ;
виды и формы финансового контроля.

Студенты должны уметь:

владеть теоретическими знаниями финансовой деятельности;
определять и использовать основные формы финансового контроля;
выбирать наиболее подходящие виды и формы финансового контроля в сфере ИКТ;
анализировать основные положения деятельности в сфере финансов.

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме:
финансовая деятельность, доход, прибыль, рентабельность, платежеспособность, финансовые обязательства, субъект хозяйствования, бюджет, мобилизация финансовых ресурсов, финансовый план, внутрихозяйственные резервы, издержки производства, оборотный капитал, денежные потоки, инфляция, финансовая устойчивость, ликвидность баланса, финансовое планирование, финансовое прогнозирование, финансовый, государственный, ведомственный контроль, внутрихозяйственный контроль (внутренний аудит), бухгалтерский учет, аудиторский, правовой, общественный, банковский, предварительный, текущий, последующий контроль, методы финансового контроля, наблюдение, обследование, анализ,

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

проверка, ревизия, финансово-экономическая экспертиза.

ЛИКВИДАЦИЯ И РЕОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕМИНАР 10 (2 Ч.)

Вопросы:

1. Реорганизация предприятия: понятие и формы.
2. Цели реорганизации.
3. Передаточный акт и разделительный баланс.

Студенты должны знать:

понятийный аппарат исследуемой темы;
сущности ликвидации и реорганизации коммерческих предприятий;
перечень основной документации по ликвидации и реорганизации.

Студенты должны уметь:

использовать полученные теоретические знания;
определять основные формы ликвидации и реорганизации коммерческих организаций;
использовать основную документацию в процессе ликвидации и реорганизации коммерческих организаций;
анализировать разделительный баланс.

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме:
коммерческая организация, реорганизация предприятия, ликвидация предприятия, правопреемство, добровольная ликвидация, принудительная ликвидация, учредитель (участник) организации, субъект хозяйствования, собственник имущества, Единый государственный регистр юридических лиц, учредительный документ, ликвидационная комиссия, ликвидатор, кредитор, ликвидационный баланс, экономическая несостоятельность, неплатежеспособность, банкротство, обязательные платежи, ликвидационная масса, актив, пассив, акт ликвидационной комиссии.

ПРИМЕНЕНИЕ АВТОРСКОГО И ПАТЕНТНОГО ПРАВА ДЛЯ ЗАЩИТЫ ИТ-БИЗНЕСА СЕМИНАР 11 (2 Ч.)

Вопросы:

1. Служебные объекты авторского права.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

2. Системы выдачи охранных документов. Условия патентоспособности объектов промышленной собственности.
3. Авторский договор.
4. Составление и оформление авторского договора.

Студенты должны знать:

категориальный аппарат исследуемой темы;
специфику служебных объектов авторского права;
разновидности систем выдачи охранных документов;
условия патентоспособности объектов промышленной собственности.

Студенты должны уметь:

грамотно употреблять понятийный аппарат данной темы;
определять основные объекты промышленной интеллектуальной собственности;
организовывать процесс получения охранных документов.

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме:
авторское право, смежное право, патентное право, права на средства индивидуализации, право на секреты производства, интеллектуальная собственность, компьютерная программа, изобретения, товарный знак, фирменный знак, коммерческая тайна, коммерческое обозначение, программный код.

КОММЕРЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В СФЕРЕ ИКТ СЕМИНАР 12 (2 Ч.)

Вопросы:

1. Виды лицензий.
2. Организация работ по продаже лицензий.
3. Договор уступки, инжиниринга, франчайзинга.
4. Государственная регистрация договоров.

Студенты должны знать:

термины и понятия рассматриваемой темы;
основные виды лицензий;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

особенности организации работ по продаже лицензий;
особенности процесса государственной регистрации договоров.

Студенты должны уметь:

оперировать основными понятиями;
различать основные виды лицензий;
определять особенности организации работ по продаже лицензий;
выявлять особенности процесса государственной регистрации договоров.

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме:
интеллектуальная собственность, технологический обмен, некоммерческая фирма, ноу-хау, опционное (предлицензионное) соглашение, потенциальный покупатель, технико-экономические показатели, объект коммерческой реализации, промышленный образец, товарный знак, знак обслуживания, протокол о намерениях, правообладатель, соглашение о неконфиденциальности, договор, договор об уступке прав, лицензионный договор, лицензиар, лицензиат, проектно-консультационная услуга, инжиниринг, информационный инжиниринг, управленческий инжиниринг, автоматизированная система управления, информационная сеть, производственная кооперация, франчайзинг, франчайзер, лицензионный комплекс, франшиза, предпринимательская сделка, лицензия, простая лицензия, исключительная лицензия, полная лицензия, патент.

Практическое занятие 2 Бизнес-план: понятие, структура, цели и задачи (4 ч.)

Задание: разработать и представить бизнес-план коммерческой организации

Практическое занятие 3 Подготовка презентации бизнес-плана и питча (2 ч.)

Задание: подготовить презентацию бизнес-плана коммерческой организации, разработать содержание питча

Семинар 13 Рынок информационных услуг и продуктов (2 ч.)

Вопросы:

1. Структура рынка информационных продуктов и услуг. Секторы и элементы рынка информационных продуктов и услуг.
2. Интерактивные информационные услуги.
3. Потребители информационных ресурсов и их информационные потребности.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

4. Источники и поставщики информационных ресурсов.

Студенты должны знать:

категориальный аппарат исследуемой темы;
структуру рынка информационных продуктов и услуг, а также его секторы и элементы;
сущность интерактивных информационных услуг;
основных потребителей информационных ресурсов и их информационные потребности;
источники и поставщиков информационных ресурсов.

Студенты должны уметь:

владеть основными понятиями;
анализировать структуру рынка информационных продуктов и услуг, а также его секторы и элементы;
оценивать востребованность интерактивных информационных услуг;
определять особенности потребителей информационных ресурсов и их информационные потребности;
работать с поставщиками и использовать основные источники информационных ресурсов.

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме: рынок информационных продуктов и услуг, информационный потенциал общества, техническая и технологическая составляющая, нормативно–правовая составляющая, информационная составляющая, организационная составляющая, программные продукты, технические средства, разработка и сопровождение информационных систем и технологий, потребители информационных продуктов и услуг.

ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТЯХ СЕМИНАР 14 (2 Ч.)

1. Реклама в сетях.
2. Типичные ошибки в рекламе.
3. Принципы эффективной рекламы.

Студенты должны знать:

основной понятийный аппарат исследуемой темы;
особенности использования рекламы в сетях;
типичные ошибки, допускаемые в рекламе;

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

основные принципы эффективной рекламы.

Студенты должны уметь:

использовать полученные теоретические знания;
определять эффективность рекламы в сетях;
анализировать типичные ошибки, допускаемые в рекламе.

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме:
электронная коммерция; потребитель; бизнес; интернет - провайдер; веб – сайт; портал; электронная торговая площадка; сайт – каталог; сайт – витрина; сайт – электронный магазин; домен; активы; вертикальные торговые площадки; горизонтальные торговые площадки; программное обеспечение; аукцион; биржа; HTML; электронная валюта.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ В ОБЛАСТИ ИКТ СЕМИНАР 15 (2 Ч.)

Вопросы:

1. Два типа маркетинга. Большие и малые компании.
2. Маркетинговые стратегии.
3. Построение партнерской маркетинговой сети. Построение отделов маркетинга и продаж.
4. Методики эффективных продаж.

Студенты должны знать:

категориальный аппарат исследуемой темы;
основные типы маркетинга, характеристику больших и малых компаний;
наиболее известные и широко применяемые маркетинговые стратегии;
принципы построения партнерской маркетинговой сети, а также отделов маркетинга и продаж;
особенности методик эффективных продаж.

Студенты должны уметь:

оперировать основными понятиями исследуемой темы;
определять необходимость использования того или иного типа маркетинга в конкретной ситуации;
использовать широкий спектр маркетинговых стратегий;
создавать схемы партнерской маркетинговой сети, а также отделов маркетинга и продаж.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Для подготовки к семинару необходимо:

усвоить определения предлагаемого категориального аппарата по теме: маркетинг, ИТ-маркетинг, бизнес, продукт, сервис, потенциальный клиент, товар, потребительский рынок, уникальное торговое предложение (USP), оборот бизнеса, транзакция, средняя стоимость транзакции, процесс продажи, стратегия маркетинга, стратегия LeadGeneration, стратегия эффективного использования существующих клиентов, стратегия использования свидетельств и отзывов, стратегия получения рефералов, стратегия Cross Promotion, стратегия последовательности писем, рекламный проспект, реферал, телемаркетинг, стратегическое планирование, рекламная кампания, аутсорсинг, HR-специалист, методика продажи, пассивная продажа, алгоритм ВИЖУД, спекуляция, сделка, личный интерес, алгоритм СПОР, консультативная продажа, комплексная продажа, электронная коммерция.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

Темы рефератов по дисциплине «Основы бизнеса и права в информационных технологиях»

1. Соотношение понятий «предпринимательство» и «бизнес».
2. Категориальное пространство современной теории предпринимательской деятельности (бизнес-среда, бизнес-сообщество, капитал, капитализм, рынок, предприниматель, потребитель).
3. Социальные функции бизнеса в современном обществе.
4. Преимущества и выгоды ведения предпринимательской деятельности, истории успеха.
5. Приоритеты и особенности мышления предпринимателя.
6. Предпринимательская деятельность в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).
7. Сущность информационного риска.
8. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности.
9. Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.
10. Сущность учения о предпринимательстве Р. Кантильона.
11. Понятие капиталистического духа в работе М. Вебера «Протестантская этика и «дух капитализма».
12. Проблемы взаимовлияния капиталистического духа и капитализма в работах В. Зомбарта.
13. Личность буржуа в произведении В. Зомбарта «Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека».
14. Духовные характеристики современного экономического человека.
15. А. Смит о природе капитала, его накоплении и применении.
16. Сущность и функции предпринимательства в труде Ж. Б. Сэя «Трактат по политической экономии».
17. Честность как неотъемлемое качество предпринимателя в работе К. Рендолла «Кредо свободного предпринимательства».
18. Характеристика предпринимательства, предлагаемая Й. Шумпетером.
19. «Домострой»: правила ведения хозяйства.
20. Хозяйственный аскетизм и хозяйственный эгоизм как модели хозяйствования в произведениях С.Н. Булгакова.
21. Предприниматель как добрый хозяин в работе П. Савицкого «Хозяин и хозяйство»

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

22. Основные черты русской цивилизации и ее самобытность в произведении О. Платонова «Экономика русской цивилизации».
23. Рассмотрение предпринимательства в работах Н.Н. Зарубиной.
24. Принципы православия и капитализм: вероятность или невозможность совмещения.
25. Социально-этическая ответственность предпринимателя в статье Р. Апресяна «Ценностные контрверзы предпринимательства»
26. Практическое значение монографии В. Орлова «Философия бизнеса» для улучшения бизнес-климата в Беларуси.
27. Основные подходы к определению деятельности, ее структура.
28. Многофункциональная структура бизнес-деятельности.
29. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве.
30. Социальная ответственность бизнеса. Дискуссии о социальной ответственности.
31. Межкультурная коммуникация в бизнесе как оптимизация деловых контактов.
32. Формы межкультурной коммуникации.
33. Состав типичной межкультурной бизнес-коммуникации в практике.
34. Информационная культура.
35. Этические нормы информационной деятельности человека.
36. Правовая охрана программ и данных. Конфиденциальность и защита информации (защита доступа к компьютеру, защита программ от нелегального копирования и использования, шифрование данных, защита информации в Интернете).
37. Понятие фриланса, ИТ-фриланс. Сравнение официального трудоустройства и фриланса, преимущества и недостатки.
38. Фриланс-сервисы, понятие фриланс-сделки, оценка профессиональных навыков фрилансера.
39. Фриланс как способ ухода от уплаты налогов, методы поиска и борьбы с фрилансом в Республике Беларусь.
40. Этапы разработки программных продуктов.
41. Разработка программного обеспечения как бизнес процесс.
42. Инфраструктура ИТ-отделов, команд, роли сотрудников.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

43. Основные типы программного обеспечения, специфика разработки, стоимость.
44. Средства, сервисы и продукты оптимизации процесса разработки программного обеспечения.
45. Услуги аутсорсинга и консалтинга в ИТ.
46. Роль мотива и мотивации в предпринимательской деятельности.
47. Потребности и стимулы. Мотивационное ядро личности.
48. Факторы мотивации.
49. Мотивация персонала.
50. Мотивы труда.
51. Соотношение мотива и стимула.
52. Управление персоналом в сфере информатизации.
53. Индивидуальные предприниматели как субъекты хозяйственной деятельности.
54. Юридические лица. Понятие и виды. Порядок создания. Государственная регистрация.
55. Закрытые и открытые акционерные общества, общества с ограниченной и дополнительной ответственностью как субъекты хозяйственной деятельности.
56. Хозяйственные товарищества, производственные кооперативы и унитарные предприятия как субъекты хозяйственной деятельности.
57. Основные виды учредительных документов. Учредительный договор как документ предприятия.
58. Договор о создании и об учреждении коммерческой организации.
59. Структура и содержание учредительного договора. Форма учредительного договора.
60. Устав предприятия: сущность, разделы, реквизиты. Цели устава.
61. Устав ЧУП и ООО. Основные компоненты устава.
62. Уставный капитал.
63. Финансовая деятельность, ее значение.
64. Финансовое планирование и прогнозирование в организациях сектора ИТК.
65. Виды финансового контроля. Формы финансового контроля. Основные методы финансового контроля.
66. Ликвидация: понятие и виды. Причины ликвидации. Порядок ликвидации. Ликвидационная комиссия.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

67. Банкротство: характеристика, причины, процесс.
68. Реорганизация предприятия: понятие и формы. Цели реорганизации. Передаточный акт и разделительный баланс.
69. Объекты авторского права и смежных.
70. Средства индивидуализации в предпринимательской деятельности (фирменные наименования, коммерческое обозначение, товарные знаки и знаки обслуживания).
71. Субъекты авторского права и смежных прав.
72. Принципы и условия возникновения, реализации и защиты авторских и смежных прав.
73. Служебные объекты авторского права.
74. Системы выдачи охранных документов.
75. Условия патентоспособности объектов промышленной собственности.
76. Авторский договор. Составление и оформление авторского договора.
77. Основные формы передачи прав на объекты интеллектуальной собственности. Классификация договоров, их структура и содержание.
78. Лицензионный договор. Виды лицензий. Организация работ по продаже лицензий. Государственная регистрация договоров.
79. Договор уступки, инжиниринга, франчайзинга.
80. Цели и задачи бизнес-плана. Виды бизнес-плана. Требования, предъявляемые к бизнес-плану.
81. Основные структурные элементы бизнес-плана. Содержание разделов.
82. Особенности составления отдельных частей бизнес-плана: маркетинга, операционной, организационной и финансовой. Оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта.
83. Категориальное пространство рынка информационных услуг и продуктов.
84. Структура рынка информационных продуктов и услуг. Секторы и элементы рынка информационных продуктов и услуг.
85. Интерактивные информационные услуги.
86. Потребители информационных ресурсов и их информационные потребности.
87. Источники и поставщики информационных ресурсов.
88. Электронная предпринимательская деятельность, ее признаки. Электронные торговые площадки.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

89. Предложение товаров в сетях. Реклама в сетях. Типичные ошибки в рекламе. Принципы эффективной рекламы.
90. Электронная продажа товаров. Продажа товаров дистанционным способом. Средства и системы платежей.
91. Электронный бизнес и электронная коммерция. Категории электронного бизнеса.
92. Системы электронной коммерции. Формы электронной коммерции.
93. Маркетинговые стратегии.
94. Построение партнерской маркетинговой сети. Построение отделов маркетинга и продаж.
95. Методики эффективных продаж. Групповые презентации коммерческих предложений.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

КОНТРОЛЬНО-ДИАГНОСТИЧЕСКИЙ МОДУЛЬ ТЕМАТИЧЕСКИЕ ТЕСТОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ К РАЗДЕЛУ I ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ БИЗНЕСА

Выделите верный вариант ответа:

1. Признаком научной дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» является наличие:

- 1) предмета и объекта исследований, методологии
- 2) исследований и публикаций в печати
- 3) издание книг по тематике технологии и автоматизации делопроизводства
- 4) осуществление государственного регулирования в области делопроизводства и архивного дела

2. Предметом дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» является:

- 1) организация предпринимательской деятельности и ее правовое обеспечение в условиях информационного общества
- 2) высокотехнологичные методы и средства обеспечения предпринимательской деятельности
- 3) приобретение теоретических знаний и выработка компетенций в области правовой защиты информации
- 4) отдельные электронные документы, документированная информация и весь процесс электронного делопроизводства в предпринимательской деятельности

3. Объектом дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» является:

- 1) высокотехнологичные методы и средства осуществления эффективной предпринимательской деятельности, а также нормативно-правовая база и условия ее правовой реализации
- 2) организация предпринимательской деятельности и ее правовое обеспечение в условиях реализации информационно-коммуникационных технологий
- 3) защита информации и ее эффективное осуществление в современном обществе, на предприятии (в организации)
- 4) приобретение теоретических знаний и выработка компетенций в области защиты информации

4. Системообразующий фактор всей общественной жизни, фундаментальное

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

основание современной политики государств во всех ее областях, совокупно образуемый информационными ресурсами, информационными технологиями и информационной инфраструктурой, – это:

- 1) информационная среда
- 2) информационная безопасность
- 3) информатизация общества
- 4) информационное оружие

5. Качественная характеристика состояния сохранности информационных ресурсов государства и защищенности законных прав личности и общества в информационной сфере, – это:

- 1) информационная безопасность
- 2) информационная конфиденциальность
- 3) криптографическая устойчивость
- 4) аутентичность информации

6. Фактор, отражающий возможный ущерб организации в результате реализации угрозы информационной безопасности: утечки информации и ее неправомерного использования, – это:

- 1) информационный риск
- 2) канал утечки информации
- 3) информационная уязвимость
- 4) информационный ресурс

7. Специфически человеческая форма отношения к миру, содержание которой составляет целенаправленное и целесообразное преобразование мира, творение людьми собственных общественных отношений и самих себя, – это:

- 1) деятельность
- 2) действие
- 3) поступок
- 4) существование

8. Процесс информационного взаимодействия между собой двух и более людей (интеллектуальных систем) – это:

- 1) коммуникация
- 2) аудиализация
- 3) визуализация
- 4) информатизация

9. Сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах –

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

это:

- 1) информация
- 2) архив
- 3) дело
- 4) документ

10. Совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам, – это:

- 1) межкультурная коммуникация
- 2) опосредованное общение
- 3) компьютерная визуализация
- 4) информатизация

11. Внутреннее побудительное начало в осуществлении деятельности – это:

- 1) мотив
- 2) стимул
- 3) поступок
- 4) потребность

12. Внешнее побудительное начало в осуществлении деятельности – это:

- 1) стимул
- 2) мотив
- 3) поступок
- 4) потребность

13. Для бизнесмена-организатора характерна ведущая деятельностная тактика:

- 1) налаживание эффективных взаимосвязей всех элементов бизнес-структуры
- 2) творческая реализация управляющих указаний в рамках бизнес-проекта
- 3) оказание воздействия на элементы бизнеса
- 4) моделирование эффективного бизнес-проекта

14. Для бизнесмена-исполнителя характерна ведущая деятельностная тактика:

- 1) творческая реализация управляющих указаний в рамках бизнес-проекта
- 2) налаживание эффективных взаимосвязей всех элементов бизнес-структуры
- 3) оказание воздействия на элементы бизнеса
- 4) моделирование эффективного бизнес-проекта

15. Для бизнесмена-управленца характерна ведущая деятельностная тактика:

- 1) оказание воздействия на элементы бизнеса
- 2) творческая реализация управляющих указаний в рамках бизнес-проекта

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- 3) налаживание эффективных взаимосвязей всех элементов бизнес-структуры
- 4) моделирование эффективного бизнес-проекта

16. Для бизнесмена-проектировщика характерна ведущая деятельностная тактика:

- 1) моделирование эффективного бизнес-проекта
- 2) творческая реализация управляющих указаний в рамках бизнес-проекта
- 3) налаживание эффективных взаимосвязей всех элементов бизнес-структуры
- 4) оказание воздействия на элементы бизнеса

17. Система форм и методов, используемых для финансового обеспечения функционирования предприятий и достижения ими поставленных целей, – это:

- 1) финансовая деятельность
- 2) творческая деятельность
- 3) управленческая деятельность
- 4) когнитивная деятельность

18. Основной функцией предпринимательства является:

- 1) обеспечение развития и совершенствование экономики
- 2) регулирование фискальных мероприятий
- 3) пополнение рынка труда
- 4) разработка высоких технологий

19. Одно из основных произведений экономического характера Й. Шумпетера:

- 1) «Теория экономического развития»
- 2) «Протестантская этика и «дух капитализма»
- 3) «Исследование о природе и причинах богатства народов»
- 4) «Очерк о природе коммерции»

20. Одно из основных произведений экономического характера К. Рэндолла:

- 1) «Кредо свободного предпринимательства»
- 2) «Теория экономического развития»
- 3) «Протестантская этика и «дух капитализма»
- 4) «Очерк о природе коммерции»

21. Концепция, суть которой выражает суждение о том, что предприниматели должны не только заботиться о прибыли и уплате налогов, но и разделить с обществом ответственность за социальную несправедливость, экономическое неравенство и экологические проблемы, участие в экономической адаптации

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

социально-незащищенных слоев населения и охране окружающей среды, – это:

- 1) концепция социально-ответственного бизнеса
- 2) концепция стихийного («дикого») капитализма
- 3) теория первоначального накопления капитала
- 4) концепция государственного капитализма

22. Уголовно-правовое явление, связанное с незаконными действиями, которые осуществляются людьми, использующими информационно-коммуникационные технологии для преступных целей, – это:

- 1) киберпреступность
- 2) криптография
- 3) стеганофония
- 4) криминалистика

23. Для фрагментарного подхода к защите информации характерно:

- 1) учет конкретных рисков и угроз информационной безопасности
- 2) активное противодействие компьютерным преступлениям
- 3) создание защищенной среды обработки информации, объединяющей в единый комплекс разнородные меры противодействия угрозам
- 4) существование информационно-коммуникационной инфраструктуры

24. Для системного подхода к защите информации характерно:

- 1) создание защищенной среды обработки информации, объединяющей в единый комплекс разнородные меры противодействия угрозам
- 2) учет конкретных рисков и угроз информационной безопасности
- 3) активное противодействие компьютерным преступлениям
- 4) существование информационно-коммуникационной инфраструктуры

25. Определите верную последовательность этапов оформления предпринимательства физическим лицом – индивидуальным предпринимателем (без образования юридического лица) в Республике Беларусь (например, АБГВ):

- А) обращение в органы государственной регистрации для реализации заявительного принципа
- Б) определение цели и задач осуществления предпринимательской деятельности
- В) осуществление предпринимательской деятельности
- Г) регистрация статуса индивидуального предпринимателя органами государственной регистрации

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

26. Определите верную последовательность (например, ГБАВ):

- А) принятие Концепции национальной безопасности Республики Беларусь
- Б) принятие Закона Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации»
- В) принятие Закона Республики Беларусь «Об электронном документе и электронной цифровой подписи»
- Г) принятие Закона Республики Беларусь «О коммерческой тайне»

27. Соотнесите верно элементы двух множеств:

- 1) «Протестантская этика и «дух капитализма»
- 2) «Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности»
- 3) «Исследование о природе и причинах богатства народов»
- 4) «Очерк о природе коммерции»

- А) М. Вебер
- Б) В. Зомбарт
- В) А. Смит
- Г) Р. Кантильон

28. Соотнесите верно элементы двух множеств:

- 1) информация адресована отправителем непосредственно получателю и может осуществляться вербально и невербально
- 2) преимущественно односторонний характер коммуникации, информационными источниками являются произведения литературы и искусства, сообщения СМИ
- 3) наличие промежуточного звена, выступающего в роли посредника между субъектами коммуникации
- 4) отсутствие промежуточного звена, выступающего в роли посредника между субъектами коммуникации

- А) прямая коммуникация
- Б) косвенная коммуникация
- В) опосредованная коммуникация
- Г) непосредственная коммуникация

29. Определите верно понятие, термин (например, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ).

Понятие, которое определяет инициативную самостоятельную деятельность граждан, направленную на получение прибыли или личного дохода,

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

осуществляемую от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица, – это

30. Определите верно понятие, термин (например, ЮРИДИЧЕСКАЯ). Самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность и направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, произведённых, переработанных или приобретённых указанными лицами для продажи, а также от выполнения работ или оказания услуг, если эти работы или услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления – деятельность

31. Определите верно понятие, термин (например, ФРИЛАНСЕР). – это лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность, в целях получения прибыли в форме создания торговли или производства

КОМПЛЕКС ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ К РАЗДЕЛУ II МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Выделите верный вариант ответа:

1. Фактор, определивший возникновение и стимулирование фриланса, – это:
 - 1) возникновение средств связи и телекоммуникаций, Интернета
 - 2) развитие частной инициативы и капитала
 - 3) миниатюризация электроники
 - 4) развитие правовой базы экономики

2. Единица измерения средств во фрилансе – это:
 - 1) часовая тарифная ставка
 - 2) трудодень
 - 3) трудовая норма выработки
 - 4) мегабайт

3. Понятие, сущностно определяющее процесс обслуживания ИТ-компанией процессов производства другой компании, – это:
 - 1) ИТ-аутсорсинг
 - 2) ИТ-фриланс
 - 3) ИТ-маркетинг

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

4) ИТ-консалтинг

4. Основной функцией ИТ-аутсорсинга является:

- 1) обеспечение, поддержка и модернизация жизненного цикла процессов сторонней организации
- 2) экспертная оценка системы по оптимизации процессов производства собственной организации
- 3) модернизация фискальной политики государства
- 4) минимизация ресурсных затрат предприятия сектора обслуживания

5. Понятие, сущностно определяющее процесс осуществления экспертизы для оценивания экономической системы по оптимизации процессов производства, – это:

- 1) ИТ-консалтинг
- 2) ИТ-аутсорсинг
- 3) ИТ-фриланс
- 4) ИТ-маркетинг

6. Основной целью ИТ-консалтинга является:

- 1) экспертная оценка системы по оптимизации процессов производства
- 2) получение прибыли от эффективного производства обслуживаемых компаний
- 3) максимизация информационной безопасности предприятия
- 4) учет конкретных рисков и угроз информационной безопасности

7. Внутреннее побудительное начало в осуществлении деятельности предпринимателя – это:

- 5) мотив
- 6) стимул
- 7) поступок
- 8) потребность

8. Побуждение человека к определенному поведению с помощью идейно-психологического воздействия характерно для механизма стимулирования:

- 5) морально-этического
- 6) нормативно-правового
- 7) физического принуждения
- 8) экономического

9. Определенная нужда субъекта (работника, коллектива, общества) в чем-

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

либо – это:

- 1) потребность
- 2) мотив
- 3) стимул
- 4) интерес

10. Побуждение человека к определенному поведению с помощью силы закона характерно для механизма стимулирования:

- 1) нормативно-правового
- 2) морально-этического
- 3) физического принуждения
- 4) экономического

11. Понятие, используемое в экономике и финансах для обозначения стимулов деятельности субъектов экономических отношений при определении их поведения, – это:

- 1) экономический интерес
- 2) потребность
- 3) мотив
- 4) стимул

12. Автором теории иерархических потребностей человека является:

- 1) А. Маслоу
- 2) К. Маркс
- 3) М. Вебер
- 4) Х. Ортега-и-Гассет

13. Организация, предоставляющая услуги доступа к сети Интернет и иные связанные с Интернетом услуги, – это:

- 1) Интернет-провайдер
- 2) ИТ-фриланс
- 3) Интернет-ресурс
- 4) ИТ-аутсорсинг

14. Бизнес, основной целью которого является предоставление услуг провайдера – это:

- 1) провайдинг
- 2) фриланс
- 3) аутсорсинг
- 4) менеджмент

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

15. Специалист, который при разработке сайтов на основе позаимствованных из различных источников текстов создает новые уникальные тексты, по смыслу схожие с исходниками, – это:

- 1) рерайтер
- 2) спичрайтер
- 3) фрилансер
- 4) менеджер

16. Система электронных документов (файлов, данных) частного лица или организации в компьютерной сети под общим адресом (доменным именем или IP-адресом) – это:

- 1) веб-сайт
- 2) портал
- 3) облачный сервис
- 4) флэш-накопитель

17. Важным недостатком фриланса является:

- 5) отсутствие юридической защиты заказчика и исполнителя
- 6) создание занятости в высокотехнологичном секторе экономики
- 7) максимизация налогов
- 8) возможность несанкционированного отъема информации

18. Платежные средства, представленные и обращаемые в электронном виде, оборот которых гарантирует анонимность сторон, участвующих в расчетах, – это:

- 1) электронные деньги
- 2) электронное правительство
- 3) облачный сервис
- 4) фриланс

19. Одно из основных преимуществ фриланса – это:

- 1) наличие свободного графика работы
- 2) отсутствие государственной защиты
- 3) риск мошенничества
- 4) наличие прямого начальника (руководителя)

20. Способом минимизации риска мошенничества во фрилансе является:

- 1) использование услуг фриланс-биржи
- 2) применение устройств ВЧ-навязывания

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- 3) использование облачных сервисов
 - 4) применение инструментария сетевого маркетинга
21. Один из основных недостатков фриланса – это:
- 1) уход от оплаты налогов
 - 2) наличие свободного графика работы
 - 3) отсутствие государственной защиты
 - 4) наличие прямого начальника (руководителя)
22. Информация, расположенная в компьютерной сети и представляющая собой информационные объекты, существующие в виде логически завершенных записей или файлов, – это:
- 1) Интернет-ресурс
 - 2) Интернет-провайдер
 - 3) ИТ-фриланс
 - 4) ИТ-аутсорсинг
23. Интернет-ресурс с целым рядом возможностей, от информационно-новостной составляющей, до социальных сетей, – это:
- 1) мегапортал
 - 2) веб-сайт
 - 3) скремблер
 - 4) облачный сервис
24. Модель онлайн-хранилища, в котором данные хранятся на многочисленных распределенных в сети серверах, предоставляемых в пользование клиентам, – это:
- 1) облачный сервис
 - 2) камкодер
 - 3) вокодер
 - 4) скремблер
25. Определите верную последовательность этапов взаимодействия веб-фрилансера и заказчика веб-сайта (например, ГАБВ):
- А) перевод предоплаты веб-фрилансеру заказчиком
 - Б) разработка сайта веб-фрилансером и его авторское тестирование
 - В) расчет веб-фрилансера заказчиком
 - Г) тестирование проекта веб-сайта заказчиком и его итеративация
26. Определите верную последовательность этапов разработки программного

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

обеспечения (например, ГБАДВ):

- А) верификация ПО и его итеративация
- Б) коммерческая реализация ПО
- В) определение предназначения ПО и его целевой аудитории
- Г) процесс теоретической и функциональной модели ПО
- Д) формирование коллектива разработчиков

27. Соотнесите верно элементы двух множеств:

- 1) одно из преимуществ фриланса для фрилансера
- 2) одно из преимуществ фриланса для заказчика
- 3) один из недостатков фриланса для фрилансера
- 4) один из недостатков фриланса для заказчика

- А) более высокий уровень доходов
- Б) минимизация отчетности
- В) необходимость самостоятельного поиска заказов
- Г) отсутствие контроля технологической реализации процесса

28. Соотнесите верно названия важнейших составляющих компонентов рынка информационных продуктов и услуг с их существенными характеристиками:

- 1) современное информационное оборудование, мощные компьютеры, развитая компьютерная сеть и соответствующие им технологии переработки информации
- 2) юридические документы, обеспечивающие цивилизованные отношения на информационном рынке
- 3) справочно-навигационные средства и структуры, помогающие находить нужную информацию
- 4) элементы государственного регулирования взаимодействия производителей и распространителей информационных продуктов и услуг

- А) техническая и технологическая составляющая
- Б) нормативно–правовая составляющая
- В) информационная составляющая
- Г) организационная составляющая

29. Определите верно понятие, термин (например, МЕНЕДЖМЕНТ).

Вид удаленной, проектной работы, при которой заказчик и исполнитель не имеют непосредственного физического контакта, встречи, и все детали проекта, задание, оговариваются и согласуются с использованием средств телекоммуникаций, глобальных сетей, цифровых данных, – это

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

30. Определите верно понятие, термин (например, ФРИЛАНСЕР).

.... – это гражданин, имеющий намерения заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности

31. Определите верно понятие, термин (например, АКТОР).

Внешний побудитель к осуществлению деятельности – это

КОМПЛЕКС ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ ОБОБЩЕНИЯ. ВАРИАНТ I.

Выделите верный вариант ответа:

1. Предметом дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» является:

- 1) организация предпринимательской деятельности и ее правовое обеспечение в условиях информационного общества
- 2) высокотехнологичные методы и средства обеспечения предпринимательской деятельности
- 3) приобретение теоретических знаний и выработка компетенций в области правовой защиты информации
- 4) отдельные электронные документы, документированная информация и весь процесс электронного делопроизводства в предпринимательской деятельности

2. Признаком научной дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» является наличие:

- 1) предмета и объекта исследований, методологии
- 2) исследований и публикаций в печати
- 3) издание книг по тематике технологии и автоматизации делопроизводства
- 4) осуществление государственного регулирования в области делопроизводства и архивного дела

3. Автором слов «Кто владеет информацией – тот владеет всем миром» является:

- 1) Б. Гейтс
- 2) С. Джоббс
- 3) П. Аллен
- 4) К. Шеннон

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

4. Качественная характеристика состояния сохранности информационных ресурсов государства и защищенности законных прав личности и общества в информационной сфере, – это:

- 1) информационная безопасность
- 2) информационная конфиденциальность
- 3) криптографическая устойчивость
- 4) аутентичность информации

5. Фактор, отражающий возможный ущерб организации в результате реализации угрозы информационной безопасности: утечки информации и ее неправомерного использования, – это:

- 1) информационный риск
- 2) канал утечки информации
- 3) информационная уязвимость
- 4) информационный ресурс

6. Юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющие лицензию на осуществление конкретного вида деятельности, – это:

- 1) лицензиат
- 2) лицензиар
- 3) апатрид
- 4) сертификат

7. Процесс выдачи специального разрешения на осуществление определенного вида деятельности – это:

- 1) лицензирование
- 2) сертификация
- 3) люстрирование
- 4) аутентификация

8. Специфически человеческая форма отношения к миру, содержание которой составляет целенаправленное и целесообразное преобразование мира, творение людьми собственных общественных отношений и самих себя, – это:

- 1) деятельность
- 2) действие
- 3) поступок
- 4) существование

9. Дата принятия Закона Республики Беларусь «О коммерческой тайне»:

- 1) 2013 г.

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- 2) 2001 г.
- 3) 2005 г.
- 4) 2009 г.

10. Процесс информационного взаимодействия между собой двух и более людей (интеллектуальных систем) – это:

- 1) коммуникация
- 2) аудиализация
- 3) визуализация
- 4) информатизация

11. Вид удаленной, проектной работы, при которой заказчик и исполнитель не имеют непосредственного физического контакта, встречи, и все детали проекта, задание, оговариваются и согласуются с использованием средств телекоммуникаций, глобальных сетей, цифровых данных, – это:

- 1) фриланс
- 2) аутсорсинг
- 3) маркетинг
- 4) питч

12. Фактор, определивший возникновение и стимулирование фриланса, – это:

- 1) возникновение средств связи и телекоммуникаций, Интернета
- 2) развитие частной инициативы и капитала
- 3) миниатюризация электроники
- 4) развитие правовой базы экономики

13. Понятие, сущностно определяющее процесс обслуживания ИТ-компанией процессов производства другой компании, – это:

- 1) ИТ-аутсорсинг
- 2) ИТ-фриланс
- 3) ИТ-маркетинг
- 4) ИТ-консалтинг

14. Основной целью ИТ-консалтинга является:

- 1) экспертная оценка системы по оптимизации процессов производства
- 2) получение прибыли от эффективного производства обслуживаемых компаний
- 3) максимизация информационной безопасности предприятия
- 4) учет конкретных рисков и угроз информационной безопасности

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

15. Внутреннее побудительное начало в осуществлении деятельности – это:

- 1) мотив
- 2) стимул
- 3) поступок
- 4) потребность

16. Побуждение человека к определенному поведению с помощью идейно-психологического воздействия характерно для механизма стимулирования:

- 1) морально-этического
- 2) нормативно-правового
- 3) физического принуждения
- 4) экономического

17. Определенная нужда субъекта (работника, коллектива, общества) в чем-либо – это:

- 1) потребность
- 2) мотив
- 3) стимул
- 4) интерес

18. Коммерческая организация, уставный капитал которой разделён на определённое число акций, удостоверяющих обязательственные права участников общества (акционеров) по отношению к обществу, – это:

- 1) акционерное общество
- 2) индивидуальный предприниматель
- 3) коммандитное товарищество
- 4) унитарное предприятие

19. Субъектами предпринимательства в Республике Беларусь могут быть:

- 1) граждане Беларуси, иностранцы и лица без гражданства
- 2) должностные лица и специалисты органов государственной власти и управления
- 3) должностные лица и специалисты прокуратуры и суда
- 4) военнослужащие

20. В Республике Беларусь физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица и зарегистрированное в установленном порядке, – это:

- 1) индивидуальный предприниматель
- 2) лицензиар

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- 3) апатрид
- 4) мерчендайзер

21. Порядок создания юридических лиц, их государственной регистрации, для которого характерно возникновение по распоряжению собственника или уполномоченного им органа:

- 1) распорядительный
- 2) разрешительный
- 3) явочно-нормативный
- 4) сертифицированный

22. Совокупность субъективных прав, возникающих у автора в связи с созданием конкретного произведения литературы, науки и искусства, либо компьютерной программы, – это:

- 1) авторское право
- 2) гражданское право
- 3) административное право
- 4) уголовное право

23. Методом финансового контроля является:

- 5) анализ
- 6) аутсорсинг
- 7) метрология
- 8) фриланс

24. В соответствии с законодательством основанием для добровольной ликвидации коммерческой организации является:

- 1) истечение срока, на который создана данная организация
- 2) допущение нарушений законодательства, которые носят устранимый характер
- 3) решение суда
- 4) решение регистрирующих органов

25. В соответствии с законодательством основанием для принудительной ликвидации коммерческой организации является:

- 1) допущение нарушений законодательства, которые носят неустранимый характер
- 2) достижение цели, для которой создавалась данная организация
- 3) истечение срока, на который была создана данная организация
- 4) изменения в государственном законодательстве

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

26. Понятие, определяющее борьбу между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства, – это:

- 1) конкуренция
- 2) регламентация
- 3) сертификация
- 4) инновация

27. Типовой вид, образец, которому должно удовлетворять изделие по своим признакам, свойствам, качествам, – это:

- 1) стандарт
- 2) норма
- 3) регламент
- 4) инновация

28. Статья Конституции Республики Беларусь, законодательно гарантирующая охрану интеллектуальной собственности:

- 1) ст. 51
- 2) ст. 13
- 3) ст. 17
- 4) ст. 32

29. Электронный бизнес в рамках одной организации предполагает осуществление сделок с использованием сети:

- 1) интранет (intranet, или интрасеть)
- 2) экстрасеть (extranet, или экстранет)
- 3) Интернет (Internet)
- 4) розничной торговли

30. Один из ключевых признаков электронной коммерции:

- 1) осуществление сделок посредством информационных технологий
- 2) наличие субъект-субъектных отношений
- 3) информационная природа
- 4) возможность извлечения прибыли

31. Элементами деятельности являются:

- 1) субъект и его активность
- 2) объект
- 3) игра
- 4) общение

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

5) познание

32. Формами межкультурной коммуникации являются:

- 1) прямая
- 2) косвенная (опосредованная)
- 3) объектная
- 4) игровая
- 5) когнитивная

33. Субъектами хозяйственного права в Республике Беларусь могут выступать:

- 1) граждане Республики Беларусь
- 2) иностранцы и лица без гражданства
- 3) недееспособные лица
- 4) неправопоспособные лица
- 5) должностные лица и ответчики

34. Видами юридических лиц в Республике Беларусь в зависимости от формы собственности являются:

- 1) государственные
- 2) частные (негосударственные)
- 3) коммерческие
- 4) некоммерческие
- 5) консалтинговые

35. Виды учредительных документов юридических лиц (для коммерческих организаций):

- 1) устав
- 2) учредительный договор
- 3) общее положение об организации
- 4) трудовой контракт
- 5) протокол собрания трудового коллектива

36. Одними из основных направлений электронной коммерции являются взаимодействия:

- 1) бизнес-бизнес
- 2) бизнес-потребитель
- 3) продукт-продукт
- 4) процесс-процесс
- 5) условие-следствие

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

37. Определите верную последовательность (например, ГБАВ):

- А) принятие Концепции национальной безопасности Республики Беларусь
- Б) принятие Закона Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации»
- В) принятие Закона Республики Беларусь «Об электронном документе и электронной цифровой подписи»
- Г) принятие Закона Республики Беларусь «О коммерческой тайне»

38. Определите верно последовательность (по нисходящей) главенства нормативно-правовых актов, регулирующих правоотношения в области интеллектуальной собственности в Республике Беларусь (например, АГВБ):

- А) Гражданский Кодекс Республики Беларусь
- Б) Закон Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах»
- В) Конституция Республики Беларусь
- Г) Постановление Совета Министров Республики Беларусь «О мерах по обеспечению охраны прав и противодействию нарушениям в сфере интеллектуальной собственности»

39. Определите верную последовательность реализации этапов составления бизнес-плана (например, АБГВ):

- А) обсуждение бизнес-плана
- Б) окончательная редакция бизнес-плана, его утверждение и передача всем заинтересованным организациям и лицам
- В) определение целей и структуры
- Г) сбор информации и написание бизнес-плана

40. Определите верную последовательность в схеме покупки в электронном магазине (например, ГБАВ):

- А) осмотр витрины и входа в магазин, просмотр каталога и выбор товара; оформление заказа; оплата/получение товара; осуществление гарантийного сервиса
- Б) оплата/получение товара
- В) осуществление гарантийного сервиса
- Г) оформление заказа

41. Соотнесите верно элементы двух множеств:

- 1) «Протестантская этика и «дух капитализма»
- 2) «Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности»
- 3) «Исследование о природе и причинах богатства народов»

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

4) «Очерк о природе коммерции»

- А) М. Вебер
- Б) В. Зомбарт
- В) А. Смит
- Г) Р. Кантильон

42. Соотнесите верно элементы двух множеств:

- 1) налаживание эффективных взаимосвязей всех элементов бизнес-структуры
- 2) творческая реализация управляющих указаний в рамках бизнес-проекта
- 3) оказание воздействия на элементы бизнеса
- 4) моделирование эффективного бизнес-проекта

- А) бизнесмен-организатор
- Б) бизнесмен-исполнитель
- В) бизнесмен-управленец
- Г) бизнесмен-проектировщик

43. Соотнесите верно элементы двух множеств:

- 1) административно-правовая ответственность в области интеллектуальной собственности и авторского права
- 2) гражданско-правовая ответственность в области интеллектуальной собственности и авторского права
- 3) уголовно-правовая ответственность в области интеллектуальной собственности и авторского права
- 4) эффективное обеспечение инструментов таможенного контроля

- А) Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях
- Б) Гражданский Кодекс Республики Беларусь
- В) Уголовный Кодекс Республики Беларусь
- Г) Таможенный Кодекс Республики Беларусь

44. Соотнесите верно элементы двух множеств:

- 1) учредители на основе учредительного договора и устава не отвечают по обязательствам, но несут риск убытков, связанных с экономической деятельностью
- 2) разделение уставного капитала на определенное количество акций
- 3) участники-управляющие в полной мере отвечают по обязательствам своей коммерческой организации всем своим имуществом
- 4) коммерческая организация, в которой учредители солидарно несут

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом

- А) общество с ограниченной ответственностью
- Б) акционерное общество
- В) полное товарищество
- Г) общество с дополнительной ответственностью

45. Определите верно понятие, термин (например, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ).
Понятие, которое определяет инициативную самостоятельную деятельность граждан, направленную на получение прибыли или личного дохода, осуществляемую от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица, – это

46. Определите верно понятие, термин (например, ИНДУСТРИАЛЬНОЕ).
Название стадии современного общественного развития, при которой информация получила статус мощнейшего детерминирующего фактора развития, а большинство населения занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, особенно высшей ее формы – знаний, – это общество

47. Определите верно понятие, термин (например, ИНДИВИДУАЛЬНОЕ).
Согласно законодательству Республики Беларусь лицо – это организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, несет самостоятельную ответственность по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде

48. Определите верно понятие, термин (например, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ).
Термин, определяющий качественную характеристику защищенности информационного объекта от случайного или преднамеренного вмешательства в нормальный процесс его функционирования, – это информационная

49. Определите верно понятие, термин (например, СБЕРЕЖЕНИЯ).
Денежные средства, ценные бумаги и/или иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности с целью извлечения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта, –

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

это

50. Определите верно понятие, термин (например, ИНФОРМАЦИЯ).
Нововведение в области техники, технологии, организации труда или управления, основанное на использовании достижений науки и передового опыта, обеспечивающее качественное повышение эффективности производственной системы или качества продукции – это

51. Определите верно понятие, термин (например, ФРИЛАНСЕР).
.... – это гражданин, имеющий намерения заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности

52. Определите верно понятие, термин (например, ФРИЛАНС).
.... – это бизнес, основной целью которого является предоставление услуг провайдера

53. Определите верно понятие, термин (например, ПРАВИТЕЛЬСТВО).
Электронное – это система, сводящая в одном месте покупателей и продавцов активов, обеспечивающая доступ участникам рынка через сеть Интернет и предоставляющая участникам торгов собственные площадки для проведения торговых операций

54. Определите верно понятие, термин (например, ПРЕДПРИИМЧИВОСТЬ).
Экономическая – это ситуация, при которой должник не в состоянии расплатиться по своим долгам со всеми своими кредиторами

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

ТЕСТОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ ОБОБЩЕНИЕ ВАРИАНТ II

Выделите верный вариант ответа:

1. Объектом дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» является:

- 1) высокотехнологичные методы и средства осуществления эффективной предпринимательской деятельности, а также нормативно-правовая база и условия ее правовой реализации
- 2) организация предпринимательской деятельности и ее правовое обеспечение в условиях реализации информационно-коммуникационных технологий
- 3) защита информации и ее эффективное осуществление в современном обществе, на предприятии (в организации)
- 4) приобретение теоретических знаний и выработка компетенций в области защиты информации

2. Статус информации на рубеже XX-XXI вв. в процессе развития современного общества определяется тезисом ...

- 1) информация является важнейшим фактором социально-экономического развития
- 2) информация отображает состояние защищенности национальных интересов в информационной сфере
- 3) информация – совокупность сведений о чем-либо
- 4) информация – сведение, разъяснение, ознакомление с чем-либо

3. Сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах – это:

- 1) информация
- 2) архив
- 3) дело
- 4) документ

4. Системообразующий фактор всей общественной жизни, фундаментальное основание современной политики государств во всех ее областях, совокупно образуемый информационными ресурсами, информационными технологиями и информационной инфраструктурой, – это:

- 1) информационная среда
- 2) информационная безопасность
- 3) информатизация общества

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

4) информационное оружие

5. Уголовно-правовое явление, связанное с незаконными действиями, которые осуществляются людьми, использующими информационно-коммуникационные технологии для преступных целей, – это:

- 1) киберпреступность
- 2) криптография
- 3) стеганофония
- 4) криминалистика

6. Процесс, в соответствии с которым одна из сторон лицензионного соглашения, предоставляет другой стороне право на использование объекта лицензии (изобретения, технологии, технического опыта и прочих форм промышленной собственности):

- 1) лицензиар
- 2) лицензиат
- 3) апатрид
- 4) сертификат

7. Деятельность специально уполномоченных государственных органов и заинтересованных субъектов хозяйствования, направленная на подтверждение соответствия продукции, работ, услуг требованиям, установленным законодательными актами и стандартами в отношении данной продукции, работ, услуг:

- 1) сертификация
- 2) лицензирование
- 3) люстрирование
- 4) аутентификация

8. Суждение о том, что предприниматели должны не только заботиться о прибыли и уплате налогов, но и разделить с обществом ответственность за социальную несправедливость, экономическое неравенство и экологические проблемы, участие в экономической адаптации социально-незащищенных слоев населения и охране окружающей среды отражает концепцию:

- 1) социально-ответственного бизнеса
- 2) стихийного капитализма
- 3) бизнес-средового подхода
- 4) экономики знаний

9. Статья Конституции Республики Беларусь, гарантирующая предоставление

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

всем гражданам равные права для осуществления хозяйственной и иной деятельности:

- 1) ст. 13
- 2) ст. 17
- 3) ст. 31
- 4) ст. 51

10. Совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам, – это:

- 1) межкультурная коммуникация
- 2) опосредованное общение
- 3) компьютерная визуализация
- 4) информатизация

11. Бизнесмен, осуществляющий удаленные, проектные работы, при которых заказчик и исполнитель не имеют непосредственного физического контакта, встречи, и все детали проектов, задания, оговариваются и согласуются с использованием средств телекоммуникаций, глобальных сетей, цифровых данных, – это:

- 1) фрилансер
- 2) франчайзер
- 3) маркетолог
- 4) мерчендайзер

12. Фактор, определяющий стимулирование развития фриланса, – это:

- 1) развитие информационно-коммуникационных технологий
- 2) развитие частной инициативы и капитала
- 3) развитие банковской системы
- 4) развитие правовой базы

13. Понятие, сущностно определяющее процесс осуществления экспертизы для оценивания экономической системы по оптимизации процессов производства, – это:

- 1) ИТ-консалтинг
- 2) ИТ-аутсорсинг
- 3) ИТ-фриланс
- 4) ИТ-маркетинг

14. Основной целью ИТ-консалтинга является:

- 1) эффективное обслуживание процессов производства другой компании

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

- 2) экспертная оценка системы по оптимизации процессов собственного производства
 - 3) максимизация информационной безопасности предприятия
 - 4) учет конкретных рисков и угроз информационной безопасности
15. Внешнее побудительное начало в осуществлении деятельности – это:
- 1) стимул
 - 2) мотив
 - 3) поступок
 - 4) общение
16. Побуждение человека к определенному поведению с помощью силы закона характерно для механизма стимулирования:
- 1) нормативно-правового
 - 2) морально-этического
 - 3) физического принуждения
 - 4) экономического
17. Понятие, используемое в экономике и финансах для обозначения стимулов деятельности субъектов экономических отношений при определении их поведения, – это:
- 1) экономический интерес
 - 2) потребность
 - 3) мотив
 - 4) стимул
18. Коммерческая организация, основанная на капитале, образованном в складчину, – это:
- 1) коммандитное товарищество
 - 2) акционерное общество
 - 3) индивидуальное предпринимательство
 - 4) унитарное предприятие
19. Субъектами хозяйственного права в Республике Беларусь не могут выступать:
- 1) неспособные граждане
 - 2) иностранцы
 - 3) лица без гражданства
 - 4) граждане Беларуси

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

20. Порядок создания юридических лиц и их государственной регистрации, для которого характерно возникновение и оформление в соответствии с существующими нормами права:

- 1) явочно-нормативный
- 2) разрешительный
- 3) распорядительный
- 4) сертифицированный

21. Порядок создания юридических лиц, их государственной регистрации, для которого характерно возникновение по разрешению тех или иных компетентных органов:

- 1) разрешительный
- 2) распорядительный
- 3) явочно-нормативный
- 4) сертифицированный

22. Совокупность правовых норм, регулирующих отношения, возникающие в связи с созданием и использованием различных производных творческой деятельности человека, т.е. произведений литературы, науки, искусства и другой интеллектуальной собственности, – это:

- 1) авторское право
- 2) гражданское право
- 3) административное право
- 4) уголовное право

23. Методом финансового контроля является:

- 1) ревизия
- 2) аутсорсинг
- 3) метрология
- 4) фриланс

24. В соответствии с законодательством основанием для добровольной ликвидации коммерческой организации является:

- 1) достижение цели, для которой создавалась данная организация
- 2) допущение нарушений законодательства, которые носят устранимый характер
- 3) решение суда
- 4) решение регистрирующих органов

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

25. Понятие, определяющее правила регуляции и упорядоченность какой-либо деятельности, – это:

- 1) регламент
- 2) сертификат
- 3) лицензия
- 4) стандарт

26. Специальный орган, который создается для организации добровольного или принудительного прекращения деятельности юридического лица, – это:

- 1) ликвидационная комиссия
- 2) инспекция по налогам и сборам
- 3) патентное бюро
- 4) центр лицензирования и сертификации

27. Объектами авторского права и смежных прав являются:

- 1) творения человеческого разума, воплощенные в различного рода научные, литературно-художественные, музыкальные произведения, а также результаты исполнительской деятельности, фонограммы
- 2) изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения, топологии интегральных микросхем, нераскрытая информация, товарные знаки и знаки обслуживания, географические указания, наименования мест происхождения товаров
- 3) защищаемые законом межличностные отношения, взаимодействия личности и общества, личности и государства, на которые осуществляются посягательства
- 4) материальные и энергетические ресурсы

28. Нарушение неимущественных авторских прав, умышленное присвоение авторства чужого произведения искусства или достижения науки, технических решений или изобретений, – это:

- 1) плагиат
- 2) компиляция
- 3) цессия
- 4) фриланс

29. Электронный бизнес в рамках нескольких организаций предполагает осуществление сделок с использованием сети:

- 1) экстрасеть (extranet, или экстранет)
- 2) интранет (intranet, или интрасеть)
- 3) Интернет (Internet)

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

4) розничной торговли

30. Один из ключевых признаков электронной коммерции:

- 1) возможность извлечения прибыли с помощью электронных платежей
- 2) осуществление сделок
- 3) наличие субъект-субъектных отношений
- 4) информационная природа

31. К функциям электронных торговых площадок относятся:

- 1) продажи программного обеспечения
- 2) размещение рекламы
- 3) накопление капитала
- 4) конвертация валюты
- 5) проверка распространяемой информации

32. Признаками научной дисциплины «Основы бизнеса и права в информационных технологиях» является наличие:

- 1) предмета и объекта исследований, методологии
- 2) специализированного понятийно-терминологического аппарата
- 3) исследований и публикаций в печати
- 4) издание книг по тематике технологии и автоматизации делопроизводства
- 5) осуществление государственного регулирования в области делопроизводства и архивного дела

33. Социальными видами деятельности являются:

- 1) общение, познание
- 2) труд
- 3) сознание, психика
- 4) субъект
- 5) объект

34. Видами юридических лиц в Республике Беларусь в зависимости от целей деятельности являются:

- 1) коммерческие
- 2) некоммерческие
- 3) государственные
- 4) частные (негосударственные)
- 5) консалтинговые

35. Условия, при наличии которых субъект хозяйствования признается в

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

установленном порядке экономически несостоятельным (банкротом):

- 1) приобретение ситуации с неплатежеспособностью должника устойчивого характера
- 2) признание неплатежеспособности должника хозяйственным судом
- 3) распространение информации о неплатежеспособности должника среди субъектов хозяйствования
- 4) завершение действия лицензии
- 5) истечение срока действия сертификата

36. Одними из основных направлений электронной коммерции являются взаимодействия:

- 1) бизнес-администрация
- 2) потребитель-администрация
- 3) продукт-продукт
- 4) процесс-процесс
- 5) условие-следствие

37. Определите верную последовательность (например, ГБАВ):

- А) принятие Концепции национальной безопасности Республики Беларусь
- Б) принятие Закона Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации»
- В) принятие Закона Республики Беларусь «Об электронном документе и электронной цифровой подписи»
- Г) принятие Закона Республики Беларусь «О коммерческой тайне»

38. Определите верную последовательность развития этапов стартапа (например, ГБАВ):

- А) стадия – зрелость
- Б) стадия – запуск
- В) стадия – масштабирование
- Г) стадия – идея

39. Определите верную последовательность этапов процесса совершения покупки покупателем (например, ГБАВД):

- А) намерение осуществить покупку
- Б) оценка потребительных свойств товара после покупки
- В) оценка свойств товара до покупки
- Г) поиск и восприятие информации о товаре
- Д) совершение покупки или отказ от нее

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

40. Определите верную последовательность стадий процесса ликвидации коммерческой организации (например, ГБАВ):

- А) выявление кредиторов ликвидируемой коммерческой организации
- Б) принятие решения о ликвидации коммерческой организации
- В) продажа имущества ликвидируемой коммерческой организации и выплата денежных сумм кредиторам
- Г) составление ликвидационного баланса
- Д) составление промежуточного ликвидационного баланса

41 Соотнесите верно элементы двух множеств:

- 1) «Развитие капитализма в России»
- 2) «Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека»
- 3) «Капитал»
- 4) «Протестантская этика и «дух капитализма»

- А) В. Ленин
- Б) В. Зомбарт
- В) К. Маркс
- Г) М. Вебер

42. Соотнесите верно элементы двух множеств:

- 1) Концепция национальной безопасности Республики Беларусь
- 2) Закон Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации»
- 3) Закон Республики Беларусь «Об электронном документе и электронной цифровой подписи»
- 4) Закон Республики Беларусь «О коммерческой тайне»

- А) 2010 г.
- Б) 2008 г.
- В) 2009 г.
- Г) 2013 г.

43. Соотнесите верно элементы двух множеств:

- 1) регистрация банков и небанковских кредитно-финансовых организаций
- 2) регистрация страховых и перестраховочных организаций
- 3) регистрация субъектов хозяйствования в свободных экономических зонах, за исключением банков и страховых, перестраховочных организаций
- 4) регистрация юридических лиц (предприятий) с иностранными

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

инвестициями

- А) Национальный банк Республики Беларусь
- Б) Комитет по надзору за страховой деятельностью при Министерстве финансов
- В) администрации свободных экономических зон
- Г) Министерство иностранных дел Республики Беларусь

44. Соотнесите верно элементы двух множеств:

- 1) информация адресована отправителем непосредственно получателю и может осуществляться вербально и невербально
- 2) преимущественно односторонний характер коммуникации, информационными источниками являются произведения литературы и искусства, сообщения СМИ
- 3) наличие промежуточного звена, выступающего в роли посредника между субъектами коммуникации
- 4) отсутствие промежуточного звена, выступающего в роли посредника между субъектами коммуникации

- А) прямая коммуникация
- Б) косвенная коммуникация
- В) опосредованная коммуникация
- Г) непосредственная коммуникация

45. Определите верно понятие, термин (например, ЮРИДИЧЕСКАЯ).

Самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность и направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, произведённых, переработанных или приобретённых указанными лицами для продажи, а также от выполнения работ или оказания услуг, если эти работы или услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления – деятельность

46. Определите верно понятие, термин (например, ИНДУСТРИАЛЬНОЕ).

Название стадии современного общественного развития, при которой информация получила статус мощнейшего детерминирующего фактора развития, а большинство населения занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, особенно высшей ее формы – знаний, – это общество

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

47. Определите верно понятие, термин (например, ЮРИДИЧЕСКАЯ). Система форм и методов, используемых для финансового обеспечения функционирования предприятий и достижения ими поставленных целей, т.е. это практическая финансовая работа, обеспечивающая жизнедеятельность предприятия, улучшая ее результаты, – это деятельность
48. Определите верно понятие, термин (например, АКТОР). Юридическое или физическое лицо, размещающие собственный капитал, с целью последующего получения прибыли, – это
49. Определите верно понятие, термин (например, МЕНЕДЖМЕНТ). Организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации, – это
50. Определите верно понятие, термин (например, ФРИЛАНСЕР). – это лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность, в целях получения прибыли в форме создания торговли или производства
51. Определите верно понятие, термин (например, ПРОВАЙДИНГ). – это способ организации бизнеса, при котором компания-владелец передает независимому бизнесмену или компании-франчайзи право на продажу товаров и услуг этой компании в обмен на обязательство продавать эти товары или услуги
52. Определите верно понятие, термин (например, СКЛАД). Электронный – это особая форма интерактивного веб-сайта, которая предназначена для рекламирования товара, приема заказа на покупку, доставки и оплаты
53. Определите верно понятие, термин (например, ИНФЛЯЦИЯ). – это неплатежеспособность, имеющая или приобретающая устойчивый характер, признанная решением хозяйственного суда с последующей ликвидацией должника