

	<p>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Башкирский государственный аграрный университет»</p>	<p>Методические указания</p>
---	---	------------------------------

Б1.О.13 ЭКОНОМИКА В АГРОБИЗНЕСЕ
Методические указания к практическим занятиям
по направлению подготовки 35.04.04 Агрономия
направленности (профилю) программы
Агробизнес

Уфа 2022

Составитель: к. э. н., доцент Аскарова А.А.

г. Уфа, ФГБОУ ВО Башкирский ГАУ, кафедра экономики и менеджмента

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	5
Тема 1. Цифровая экономика и новые возможности для агробизнеса. От системы к бизнес-экосистеме.	5
Тема 2. Ресурсное обеспечение функционирования субъекта хозяйствования. Издержки производства и себестоимость продукции	6
Тема 3. Особенности управления агробизнесом в цифровой экономике	9
Тема 4. Прогнозирование и планирование деятельности экономического субъекта	12
Тема 5. Рынок: маркетинг, инновации в маркетинге. Формирование цен и ценовая политика. Оценка рисков в агробизнесе	14
3. ПЕРЕЧЕНЬ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ	18
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	19

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины соотносится с общими целями ОПОП по направлению подготовки 35.04.04 Агрономия, профилю Агрономия, которые предусматривают, в частности, формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций в соответствии с требованиями профессиональных стандартов и основанных на применении сквозных цифровых технологий, потребностями рынка труда в условиях цифровой экономики.

Задачи дисциплины:

1. Изучение современных направлений цифровой экономики, технологий в области цифрового агробизнеса, перспектив их развития.
2. Формирование у обучающихся знаний, умений и навыков использования информационных систем для решения задач, связанных с оценкой мероприятий, направленных на оптимизацию ресурсного обеспечения, управлением, планированием и прогнозированием деятельности экономического субъекта.
3. Освоение обучающимися методов экономического анализа, цифровых технологий и информационных сервисов для поиска, критического анализа и синтеза информации при обосновании целесообразности реализации проектов в профессиональной деятельности.

В рамках дисциплины рассматриваются актуальные проблемы и вопросы, способствующие формированию компетенций ОПК-5 - Способен осуществлять технико-экономическое обоснование проектов в профессиональной деятельности; ОПК-6 - Способен управлять коллективами и организовывать процессы производства; ПК-9 Способен провести экономическую оценку инвестиций и подготовить бизнес-планы производства и реализации конкурентоспособной продукции и оказания услуг.

2. ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Цифровая экономика и новые возможности для агробизнеса. От системы к бизнес-экосистеме.

Перечень вопросов для практического занятия

1. Свойства цифровых технологий.
2. Определения цифровой экономики.
3. Состояние и перспективы развития цифровой экономики.
4. Технологии информационных систем для цифровизации агробизнеса: российские достижения и зарубежный опыт.
5. Бизнес-экосистема и ее особенности.
6. Подходы к формированию бизнес-экосистем.
7. Виды экосистем в агробизнесе.

Основные понятия

Цифровая экономика – это качественные изменения в бизнес-процессах или способах осуществления экономической деятельности (бизнес-моделях) в результате внедрения цифровых технологий, приводящие к значительным социально-экономическим эффектам.

Цифровое сельское хозяйство – сфера деятельности, связанная с сельским хозяйством, которая включает в себя точное земледелие, «предписательное земледелие» (использование интегрированных систем земледелия), системы управления сельскохозяйственными предприятиями и зависит от сбора, использования, координации и анализа данных из множества источников с целью оптимизации производительности, рентабельности и устойчивости сельскохозяйственных предприятий.

Онлайн технологии – технологии разных поколений Web (1.0, 2.0, 3.0, 4.0), позволяющие обмениваться данными, облегчающие процесс осуществления коммуникаций в сети Интернет и способствующие развитию новых видов электронных услуг и цифровых продуктов.

Экосистема (цифровая экосистема) – совокупность сервисов, в том числе платформенных решений, одной группы компаний или компании и партнеров, позволяющих пользователям получать широкий круг продуктов и услуг в рамках единого бесшовного интегрированного процесса.

Цифровая платформа – это бизнес-модель, позволяющая потребителям и поставщикам связываться онлайн для обмена продуктами, услугами и информацией, включая предоставление продуктов/ услуг/ информации собственного производства.

Технологическая платформа - это набор технологических переиспользуемых компонентов (как правило, облачных) на каждом уровне архитектуры (инфраструктура, хранение данных, технологические сервисы, бизнес-логика, прикладные решения, каналные приложения):

Открытые платформы экосистемы - сторонние разработчики могут создавать и размещать цифровые продукты на платформе.

Закрытые платформы экосистем - на платформе представлены продукты только от компании-организатора и связанных с ней компаний.

Контрольные вопросы и задания

1. Какие основные технологии, на ваш взгляд, способствовали развитию цифровой экономики в мире?
2. Объясните, как вы понимаете термин «экосистема бизнеса». Приведите примеры экосистем.
3. Экосистема бизнеса не является самоорганизующейся системой в отличие от биологических экосистем и нуждается в управлении. Кто управляет (должен управлять) экосистемой? Какие инструменты и методы управления при этом могут быть использованы?
4. Перечислите специфические характеристики экосистемы бизнеса.
5. Какие еще экосистемы могут быть сформированы?
6. В чем преимущества, и какие могут возникнуть проблемы при реализации принципа сотрудничества с конкурентами (со-конкуренции)?

Практические задания

1. Американские исследователи утверждают, что многие виды цифрового бизнеса, например, Uber, Airbnb и др., легко копировать. Что могут делать такие компании для создания и поддержания своих конкурентных преимуществ? Предложите один-два способа формирования конкурентных преимуществ цифровыми компаниями типа Uber.
2. Приведите примеры технологий информационных систем для цифровизации агробизнеса в России и за рубежом.
3. Дж. Мур, который ввел данный термин, утверждает, что экосистема бизнеса обеспечивает со-эволюцию рынков, фирм и товаров. Объясните, как вы понимаете этот процесс. Проиллюстрируйте свое объяснение, например, экосистемами, созданными на базе платформы Android или iOS.
4. Агрохолдинг «Русагро» имеет в штате сотрудников математиков. Зачем, на ваш взгляд, потребовались математики компании, которая занимается сельским хозяйством? На примере «Русагро» объясните, что дает алгоритмизация управления бизнесом.

Тема 2. Ресурсное обеспечение функционирования субъекта хозяйствования. Издержки производства и себестоимость продукции.

Перечень вопросов для практического занятия

1. Трудовые ресурсы и персонал в цифровой экономике.
2. Организация и нормирование труда на предприятии.
3. Производительность труда и факторы её роста.
4. Финансы и финансовые ресурсы агробизнеса.
5. Издержки производства и себестоимость продукции.
6. Состав и классификация затрат, включаемых в себестоимость продукции.
7. Пути снижения себестоимости продукции.

8. Прибыль: сущность, виды и факторы прибыли.

9. Источники формирования прибыли и направления её распределения.

Основные понятия

Трудовые ресурсы – часть населения, обладающую физическим развитием, умственными способностями и знаниями, необходимыми для осуществления полезной деятельности.

Трудовой потенциал общества – совокупная общественная способность к труду, потенциальная трудовая дееспособность общества.

Демографическая политика – система административных, экономических и других мер, с помощью которых государство воздействует на рождаемость в желательном для себя направлении.

Формирование трудовых ресурсов – это процесс постоянного возобновления численности трудовых ресурсов.

Ключевые возможности HR-Digital:

1) снижение трудоемкости HR-функций, ускорение принятия управленческих и кадровых решений, повышение качества аналитических данных;

2) стратегическое прогнозирование;

3) формирование новых технологических решений.

Цифровая организация труда – организация труда, которая, основываясь на современных информационно-коммуникационных технологиях, позволяет обеспечивать эффективное функционирование системы «человек-техника-знание-среда».

Нормирование труда — это установление меры затрат труда на изготовление единицы изделия или выполнение заданного объёма работы в определённых организационно-технических условиях.

Система оплаты труда – это способ соизмерения размера оплаты за труд с его результатами (либо затратами).

Производительность труда – это показатель плодотворности целесообразной деятельности работников, которая измеряется количеством работы (продукции, услуг), сделанной в единицу времени.

Финансы - система денежных отношений, которая выражается в формировании и использовании денежных фондов, кругообороте и их использовании.

Финансы предприятий – система денежных отношений, возникающих в процессе формирования, распределения и использования финансовых ресурсов предприятия.

Финансовые ресурсы предприятия – денежные и приравненные к ним средства, находящиеся в его распоряжении для ведения производственно-хозяйственной, коммерческой и др. деятельности.

Издержки производства – это стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

Предельные издержки – это дополнительные издержки (прирост издержек) в результате увеличения реализации товаров на единицу.

Постоянные затраты состоят из затрат, которые практически не подвержены изменениям при колебаниях в объемах производства продукции.

Переменные затраты пропорционально возрастают с увеличением объема производства.

Валовые издержки (общие) – сумма постоянных и переменных издержек.

Калькулирование себестоимости продукции (работ, услуг) – это исчисление величины затрат, приходящихся на единицу (выпуск) продукции.

Прибыль – положительная разница между суммарными доходами (в которые входит выручка от реализации товаров и услуг, полученные штрафы и компенсации, процентные доходы и т. п.) и затратами на производство или приобретение, хранение, транспортировку, сбыт этих товаров и услуг.

Бухгалтерская прибыль – разница между принимаемой к учёту суммой доходов и тем, что считается расходами (издержками).

Экономическая прибыль – это остаток от общего дохода после вычета всех издержек, разница между бухгалтерской прибылью и дополнительными расходами.

Контрольные вопросы

1. Назовите основные тенденции на рынке труда в связи с цифровой трансформацией экономики.
2. Какие компетенции предъявляются к работнику предприятия в цифровой экономике?
3. В чем суть аутсорсинга, каковы его тенденции и перспективы?
4. Дайте определение понятия финансовых ресурсов фирмы. Каковы источники их формирования?
5. В чем отличие собственных, заемных и мобилизуемых на финансовом рынке средств фирмы?
6. Охарактеризуйте процесс формирования чистой прибыли фирмы. Какова система показателей фирмы?
7. Поясните, каковы особенности распределения прибыли в фирмах различных организационно-правовых форм?
8. Назовите основные направления повышения прибыли?
9. В чем отличие затрат на производство и реализацию продукции от других видов затрат предприятия?
10. Перечислите основные виды калькуляции в агробизнесе.

Практические задания

1. Среднегодовая численность работников в 2009 году – 275 чел., произведено продукции на 1550 тыс. руб. На следующий год план производства увеличен на 11,5%, а численность работников сокращена на 5%.

Определить: 1) объем производства, планируемый на следующий год; 2) производительность труда в планируемом году; 3) процент роста производительности труда.

2. Выпуск товарной продукции за текущий год – 550 млн.руб., численность работников составила – 80 чел., планируется повысить производительность труда

на 8,5%, а также увеличить объем производства на 12%. Определить количество работников для планируемого объема производства.

3. В планируемом году предполагается, что стоимость товарной продукции составит 3500 млн.руб., что составляет 107% от базисного уровня. Уровень производительности труда в планируемом году намечено довести до 110% от базисного уровня. В базисном году производительность труда одного работника составляла 3,2 млн.руб. Определить, как изменится в планируемом году численность работников по сравнению с базисным годом.

4. Имеются следующие данные о работе предприятия за 2 года:

Показатель	Факт	План	Отклонения (+, -)
Выпуск продукции, тыс. руб.	2100	2279,1	
Численность персонала, чел.	700		
Среднегодовая выработка на одного работника, руб.		3210	

Определить недостающие показатели и их динамику, прирост продукции в результате увеличения количества работников, прирост продукции за счет повышения производительности труда.

5. Определить себестоимость товарной продукции планового года. В отчетном году себестоимость товарной продукции составила 450,2 тыс. руб., что определило затраты на 1 руб. товарной продукции – 0,89 руб. В плановом году затраты на 1 руб. товарной продукции установлены в 0,85 руб. Объем производства продукции будет увеличен на 8%.

6. Определить, как повлияло на критический объем продукции изменение цен на материалы. Предприятие производит изделие по цене 210 руб. Общие постоянные расходы на него 200 000 руб. Удельные переменные расходы в I квартале составили 160 руб. Во II квартале цены на материалы снизились на 10%, что привело к снижению удельных переменных расходов на 10%.

7. Имеются следующие данные по предприятию: объем производства – 1200 изделий, удельные переменные затраты – 1,5 тыс. руб., постоянные затраты – 1400 тыс. руб. Определите, как изменится себестоимость производства единицы изделия при росте объемов производства на 15 %.

Тема 3. Особенности управления агробизнесом в цифровой экономике

Перечень вопросов для практического занятия

1. Характеристика техники и технологии в цифровой экономике.
2. Технологии будущего.
3. Последствия цифровизации агробизнеса.
4. Большие данные и аналитика в агробизнесе.
5. Партнерство и открытость бизнеса.
6. Стратегии цифровой компании.
7. Инвестиции и инвестиционная деятельность.
8. Инвестиционная политика предприятия.

Основные понятия

Сквозные цифровые технологии – это передовые научно-технические отрасли, обеспечивающие создание высокотехнологичных продуктов и сервисов и наиболее сильно влияющие на развитие экономики, радикально меняя ситуацию на существующих рынках и (или) способствуя формированию новых рынков.

Гибридный мир – это результат слияния реального и виртуального миров, отличающийся возможностью совершения всех «жизненно необходимых» действий в реальном мире через виртуальный.

Интернет вещей (англ. internet of things, IoT) – концепция сети передачи данных между физическими объектами («вещами»), оснащёнными встроенными средствами и технологиями для взаимодействия друг с другом или с внешней средой. Предполагается, что организация таких сетей способна перестроить экономические и общественные процессы, исключить из части действий и операций необходимость участия человека.

Большие данные (англ. big data) – обозначение структурированных и неструктурированных данных огромных объёмов и значительного многообразия, эффективно обрабатываемых горизонтально масштабируемыми программными инструментами.

Суть технологий Big Data – это работа с гигантскими массивами данных

Аналитика – это систематический вычислительный анализ данных или статистики. Он используется для обнаружения, интерпретации и передачи значимых паттернов в данных.

Цифровая экономика состоит из трех уровней:

- 1) среда, в которой созданы условия для развития высокоэффективных технологий;
- 2) технологии и платформы;
- 3) отрасли экономики и рынки, на которых напрямую взаимодействуют поставщики и потребители услуг.

Экосистема цифровой экономики - партнерство организаций, обеспечивающее постоянное взаимодействие принадлежащих им технологических платформ, прикладных интернет-сервисов, аналитических систем, информационных систем органов государственной власти Российской Федерации, организаций и граждан.

Автономная сельхозтехника – это автономное сельскохозяйственное транспортное средство, которое обеспечивает высокое тяговое усилие (или крутящий момент) на низких скоростях для обработки почвы и других задач.

Цифровое партнерство – создание агропредприятия совместно с партнерами общей цифровой инфраструктуры (комплекса технологий и вычислительных, телекоммуникационных и сетевых мощностей) для решения поставленных задач.

Цифровая прозрачность агробизнеса – это среда, в которой агропредприятие предоставляет всем заинтересованным сторонам необходимую им для принятия рациональных решений информацию в открытой, полной, своевременной и понятной форме.

Цифровая стратегия – пошаговый план, сформулированный для достижения конкретных целей (продвижения бренда или товаров и услуг) с помощью цифровых технологий (в основном через интернет-каналы).

Брендинг – это комплексный процесс по созданию и продвижению бренда. Цель брендинга – создание положительного имиджа компании на рынке.

Инвестиционная деятельность – это вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта.

Инвестиционная политика – это составляющая финансовой стратегии организации. Ее суть – воплощение наиболее эффективных инвестиций, что позволит агробизнесу развиваться наиболее активно.

Контрольные вопросы

1. Назовите три основные характеристики, присущие, по мнению М. Портера, любой техники, а также опишите структуру цифрового продукта по М. Портеру.
2. Приведите примеры использования технологий виртуальной реальности в бизнесе.
3. Назовите ключевую, по вашему мнению, проблему работы с большими данными с позиций менеджеров компаний.
4. Объясните, почему в цифровой экономике возникает проблема открытости бизнеса.

Практические задания

1. Пользуясь возможностями справочно-правовой системы Консультант Плюс (<https://www.consultant.ru/>) или Гарант (<https://www.garant.ru/>), найти «Стратегию развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы», утв. указом Президента РФ от 09.05.2017 № 203. В Стратегии найти содержащиеся там сквозные цифровые технологии, и дать определение каждой из них.

2. Управление развитием цифровой экономики невозможно без согласования интересов всех заинтересованных в развитии цифровой экономики сторон и объединения организационных, трудовых, финансовых ресурсов государства и бизнеса. С учетом целей и задач развития цифровой экономики в Российской Федерации формируется система управления, которая: включает представителей всех заинтересованных сторон в развитии цифровой экономики (органов государственной власти, бизнеса, гражданского общества и научно-образовательного сообщества); обеспечивает прозрачность и подотчетность своей деятельности; реализовывает проектный подход в организации управления.

Система управления включает 3 уровня управления - стратегический, оперативный и тактический. Уровни управления, их функции отражены в национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации», утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р. <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/>. Изучите и проанализируйте, какие функции, цели и задачи обеспечивают названные уровни системы управления.

Тема 4. Прогнозирование и планирование деятельности экономического субъекта

Перечень вопросов для практического занятия

1. Прогнозирование и планирование: основные принципы организации.
2. Система планирования в деятельности экономического субъекта.
3. Основные методы прогнозирования и планирования.
4. Информационное обеспечение прогнозных и плановых решений.
5. Этапы разработки бизнес-плана и общие требования к оформлению и изложению его основных разделов.
6. Бизнес-план предприятия и его основные разделы.
7. CVP-анализ в планировании деятельности предприятия.
8. Современные информационные технологии в бизнес-планировании.

Основные понятия

Прогноз (в переводе с греческого означает «вперед», «узнавание») – научно обоснованное суждение о возможных состояниях объекта в будущем и (или) альтернативных путях и сроках их осуществления.

Прогнозирование – процесс разработки прогнозов.

Методы – это способы, приемы, используемые при разработке прогнозов, планов, программ. Они являются инструментами, позволяющими реализовывать методологические принципы прогнозирования и планирования.

Методика – совокупность конкретных способов, приемов, методов, используемых для проведения конкретных прогнозных или плановых расчетов, а также алгоритмов их применения.

Планирование - это процесс обоснования и выбора целей фирмы на определенную перспективу, основных направлений и решений с разработкой соответствующей технологии для их достижения.

Принципы планирования – определяют характер и содержание плановой деятельности в организации, соблюдение которых создают предпосылки для эффективной работы коммерческой организации и уменьшают возможность отрицательных результатов планирования.

Качество плана – это степень соответствия параметров плана принципам и научным подходам к планированию, обеспечивающих минимальное отклонение запланированных значений параметров от фактических, полученных в результате реализации плана.

Сценарий – это описание будущего, составленное с учетом правдоподобных положений; он разрабатывается для определенной совокупности условий будущего развития. Необходимость составления сценариев заложена в вероятностном, вариантном развитии.

Бизнес-план - это структурированный документ, определяющий цели бизнеса, пути и способы достижения целей, а также выбор методов решения проблем, возникающих при реализации идеи;

Точка безубыточности (критический объем производства) – это минимально допустимый объем продаж, который покрывает все затраты на изготовле-

ние продукции, не принося при этом ни прибыли, ни убытков.

Контрольные вопросы

1. Назовите и объясните сущность основных принципов прогнозирования и планирования.
2. Охарактеризуйте экономическую сущность стратегического планирования.
3. Приведите примеры инновационных бизнес-идей последних лет. Назовите источники инновационных идей.
4. В чем суть форсайт технологии планирования? Почему форсайт называют самосбывающимся прогнозом?
5. В чем суть технологии бизнес-планирования на основе стандартов бизнес-планирования? Какова область ее применения?
6. Какие основные организационные подходы к разработке бизнес-плана вы знаете? Назовите их преимущества и недостатки.

Практические задания

1. Изучите нормативно-правовую базу стратегического планирования в Российской Федерации:
 - 1.1 Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» (<https://base.garant.ru/70684666/>)
 - 1.2 «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» (разработан Минэкономразвития России) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144190/
2. Составьте таблицу актуальных мегатрендов современного социально-экономического развития и дайте им характеристику. В чем суть актуальных мегатрендов современной жизни и экономики?
3. С помощью бесплатных сервисов, например, <https://wordstat.yandex.ru/>, <https://trends.google.com/>, изучите статистику запросов по тематике вашей магистерской диссертации, изучаемой проблеме в региональном и ретроспективном аспекте. Сделайте выводы.
4. Известно, что коллективное обсуждение заставляет активнее работать мышление и стимулировать творческий процесс. Используя метод мозгового штурма (работая в малых группах) придумайте как можно больше бизнес-идей, отвечая на поставленный вопрос, и запишите их в листе активности. Далее необходимо выбрать из них «рабочие идеи», используя заранее установленные критерии, по каждой из «рабочих идей» перечислить их плюсы и минусы. И наконец выбрать свою бизнес-идею, подлежащую реализации. Работу целесообразно выполнять в таблицах **Excel**.
5. Индикаторы принципов планирования. По каждому из принципов планирования, сформулированных А.Файолем, разработайте индикаторы, характеризующие реализацию данного принципа планирования в практической деятельности предприятия.

Тема 5. Рынок: маркетинг, инновации в маркетинге. Формирование цен и ценовая политика. Оценка рисков в агробизнесе

Перечень вопросов для практического занятия

1. Цифровой маркетинг.
2. Новые роли потребителей.
3. Модель диффузии инноваций Роджерса.
4. Барьеры на пути новинок и способы их преодоления.
5. Инновации в маркетинге.
6. Понятие, значение, функции и виды цен.
7. Ценовая политика и виды ценовых стратегий.
8. Ценообразование в различных типах рынка.
9. Понятие и виды рисков в бизнесе.
10. Методы идентификации, оценки и отслеживания рисков.

Основные понятия

Цифровой маркетинг или Digital-marketing – это направление маркетинга, которое подразумевает продвижение услуг и товаров с помощью цифровых технологий, применяемых на всех этапах взаимодействия с потребителями.

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.

Инновационный маркетинг – это концепция маркетинга, основанная на желании предприятия непрерывно осуществлять качественное улучшение товаров, услуг и методов привлечения клиентов.

Оптимизация конверсии – метод, заключающийся в создании положительного опыта для посетителя сайта или посадочной страницы, направленного на увеличение процента посетителей, конвертирующихся в клиентов.

Ценообразование – это процесс, посредством которого происходит формирование цены на товар или на услугу.

Функции цен: учетная, стимулирующая, распределительная, функция установления баланса между спросом и предложением.

Ценовая тактика – это комплекс действий, которые совершают с целью управлять ценами на продукцию предприятия.

Структура рынка – это его основные характерные черты, к которым относятся количество и размер предприятий, находящихся на рынке, степень однородности предлагаемых ими товаров, легкость или трудность вхождения на рынок и выхода из него, наличие конкурентной среды, доступность рыночной информации.

Риск – это потенциальная возможность возникновения управляемого события в условиях неопределенности среды осуществления экономической деятельности, которая поддается количественной и качественной оценке.

Страхование риска – это финансовая услуга, главный смысл которой заключается в создании общих финансовых резервов на случай непредвиденных расходов.

Агрострахование – это специальный вид страхования, который создан для защиты сельского хозяйства от рисков, связанных с производством аграрной продукции - выращиванием растений или животных, сбором урожая.

Идентификация рисков – процесс определения рисков, способных повлиять на проект, и документирование их характеристик.

Планирование управления рисками – это процесс определения подходов и планирования операций по управлению рисками проекта.

Контрольные вопросы

1. Как вы понимаете задачи маркетинга в цифровой экономике: чувствовать, думать, делать?
2. В чем суть дизайн-мышления? Объясните, чем он отличается от традиционного бизнес-мышления?
3. Приведите примеры воздействия сенсорного маркетинга на различные чувства человека.
4. Современные технологии позволяют собирать огромное количество данных о потребителях. Нужны ли исследования рынка (потребителей) в такой ситуации? Обоснуйте свой ответ.
5. «Лайки» в социальных сетях – слишком слабый сигнал потребительских предпочтений. Какие другие «сигналы» хотели бы получать компании от потребителей?
6. Как можно использовать в бизнесе новые роли потребителей. Проиллюстрируйте свой ответ примерами.
7. В чем заключается концепция RBS (Risk breakdown structure - идентификация основных рисков проекта?

Практические задания

1. На примере компании SIRI опишите пути преодоления «долины смерти» Дж. Мура.
2. Приведите примеры использования фريمium-модели компаниями цифровой экономики.
3. Предложите подходы к решению дилемм маркетинга.
4. Прочитайте кейс про компанию Unilever и систематизируйте маркетинговые приемы и технологии, которые использует компания для лучшего понимания рыночных трендов и потребностей потенциальных покупателей.
5. Как любая инновация, нейромаркетинг несет в себе положительные и отрицательные аспекты. Выделите такие положительные и отрицательные аспекты: а) с позиций потребителя; б) с позиций компании.
6. Объясните, в чем заключается качественный и количественный анализ рисков.
7. Д. Эдельман и М. Сингер выделяют четыре ключевых фактора успешного маркетинга в цифровой экономике. Приведите примеры по каждому фактору.
8. Как можно организовать совместное использование знаний компанией и ее партнерами? Предложите формы такой организации.

9. Проанализировать деловые ситуации и принять управленческие решения заместителю генерального директора по финансам.

Подсобное предприятие производит бетонные плиты, реализуя 400 плит в месяц по цене 250 ден.ед. (без НДС). Переменные издержки составляют 150 ден.ед. за штуку, постоянные издержки предприятия - 35000 ден.ед. в месяц.

Таблица 1 Исходная информация для расчетов

Показатели	На ед. продукции, ден.ед.	%	Долей
Цена реализации	250	100	1
Переменные	150	60	0,6
Валовая маржа	100	40	0,4

1. Начальник отдела маркетинга предлагает снизить цену реализации на 20 ден.ед. и одновременно довести расходы на рекламу до 15000 ден.ед. в месяц. Отдел маркетинга прогнозирует в этом случае увеличение объема реализации на 50%. Следует ли одобрить такое предложение?

2. Начальник отдела сбыта предлагает перевести своих сотрудников с окладов (суммарный месячный фонд оплаты 6000 ден.ед.) на комиссионное вознаграждение: 15 ден.ед. с каждой проданной плиты. Он уверен, что объем продаж, вырастет на 15%. Следует ли одобрить такое предложение?

3. Начальник отдела маркетинга предлагает снизить отпускную оптовую цену, чтобы стимулировать сбыт и довести дополнительный ежемесячный объем оптовых продаж до 150 плит. Какую следует назначить оптовую цену на дополнительную продукцию, чтобы прибыль возросла на 3000 ден.ед.?

Расчеты вести в приведенных таблицах. По полученным результатам сделать соответствующие выводы.

Решение:

Вариант 1. Физический объем продаж:

Наименование показателей	На единицу продукции	Всего	По новому варианту	Всего	Изменения, +, -
Цена реализации	250				
Переменные	150				
Валовая маржа	100				
Постоянные					
Прибыль					

Вариант 2.

Физический объем продаж:

Переменные издержки по новому варианту:

Наименование показателей	На единицу продукции	Всего	По новому варианту	Всего	Изменения, +, -
Цена реализации	250				
Переменные	150				
Валовая маржа	100				
Постоянные					
Прибыль					

Вариант 3.

Наименование показателей	На единицу продукции	Всего	По новому варианту	Всего	Изменения, +, -
Цена реализации	250				
Переменные	150				
Валовая маржа	100				
Постоянные					
Прибыль					

Выводы:

2. ПЕРЕЧЕНЬ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. Свойства цифровых технологий
2. Определения цифровой экономики
3. Состояние и перспективы развития цифровой экономики
4. Технологии информационных систем для цифровизации агробизнеса: российские достижения и зарубежный опыт
5. Бизнес-экосистема и ее особенности
6. Подходы к формированию бизнес-экосистем
7. Виды экосистем в агробизнесе
8. Трудовые ресурсы и персонал в цифровой экономике
9. Организация и нормирование труда на предприятии
10. Производительность труда и факторы её роста
11. Финансы и финансовые ресурсы агробизнеса
12. Издержки производства и себестоимость продукции
13. Состав и классификация затрат, включаемых в себестоимость продукции
14. Пути снижения себестоимости продукции
15. Прибыль: сущность, виды и факторы прибыли
16. Источники формирования прибыли и направления её распределения
17. Характеристика техники и технологии в цифровой экономике
18. Технологии будущего. Последствия цифровизации агробизнеса
19. Большие данные и аналитика в агробизнесе
20. Партнерство и открытость агробизнеса
21. Стратегии цифровой компании
22. Инвестиции и инвестиционная деятельность
23. Инвестиционная политика предприятия
24. Прогнозирование и планирование: основные принципы организации
25. Система планирования в деятельности экономического субъекта
26. Основные методы прогнозирования и планирования
27. Информационное обеспечение прогнозных и плановых решений
28. Этапы разработки бизнес-плана и общие требования к оформлению и изложению его основных разделов
29. Бизнес-план предприятия и его основные разделы
30. СВР-анализ в планировании деятельности предприятия
31. Современные информационные технологии в бизнес-планировании
32. Цифровой маркетинг. Новые роли потребителей
33. Модель диффузии инноваций Роджерса
34. Барьеры на пути новинок и способы их преодоления
35. Инновации в маркетинге
36. Понятие, значение, функции и виды цен
37. Ценовая политика и виды ценовых стратегий
38. Ценообразование в различных типах рынка
39. Понятие и виды рисков в бизнесе
40. Методы идентификации, оценки и отслеживания рисков

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Меняев, М. Ф. Цифровая экономика предприятия: учебник / М.Ф. Меняев. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 369 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1045031>
2. Грибанов, Ю. И. Цифровая трансформация бизнеса: учебное пособие / Ю. И. Грибанов, М. Н. Руденко. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 213 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1232773>
3. Цифровой бизнес: учебник / под науч. ред. О. В. Китовой. - Москва: ИНФРА-М, 2021. - 418 с. - (Высшее образование: Магистратура). - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1659834>
4. Маркова, В. Д. Цифровая экономика: учебник / В.Д. Маркова. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 186 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1215151>
5. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: учебник / Л.В. Лapidус. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 479 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1862068>
6. Лапуста, М. Г. Предпринимательство: учебник / М. Г. Лапуста. - Изд. испр. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 384 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1063380>
7. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник / Д. А. Шевченко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Дашков и К, 2021. - 613 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1232438>
8. Организация производства и предпринимательство в АПК: учебник / М.П. Тушканов, Л.Д. Черевко, Л.Б. Винничек [и др.] ; под ред. М.П. Тушканова. - Москва: ИНФРА-М, 2022. -270 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1844256>
9. Налоги и предпринимательство: учебник / под научн. ред. д-ра экон. наук, проф. Л. И. Гончаренко. - Москва: Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 432 с. - (Магистратура). - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1124347>
10. Малое предпринимательство. Организация, развитие и управление малым предприятием: учебник / под науч. ред. Г.Л. Багиева, В.Ю. Бурова. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 582 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1082299>
11. Цифровое будущее или экономика счастья?: монография / А. В. Черновалов, З. Цекановский, З. Шиманьский, П. А. Черновалов. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2020. - 218 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1232777>
12. Эскиндаров, М. А. Концепция эффективного предпринимательства в сфере новых решений, проектов и гипотез: монография / под общ. ред. М. А. Эскиндарова. - 3-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 641 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1428079>
13. Информационно-сетевая экономика: структура, динамика, регулирование: монография / С.А. Дятлов, В.П. Марьяненко, Т.А. Селищева. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 414 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/701950>

14. Электронный бизнес / Смирнов С.Н., - 2-е изд., (эл.) - М.: ДМК Пресс, 2018. - 23 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/983550>