

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

« 28 » июня 2022 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.10 Франчайзинг в маркетинге

Учебный план: 2022-2023 38.03.02 ИЭСТ Маркетинг ЗАО №1-3-107.plx

Кафедра: **55** Экономики и финансов

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
(специальность)

Профиль подготовки: Маркетинг
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
5	УП	8	52	4	2	Зачет
	РПД	8	52	4	2	
Итого	УП	12	84	4	3	
	РПД	12	84	4	3	

Санкт-Петербург
2022

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

доктор технических наук, Заведующий кафедрой _____

Никитина Людмила
Николаевна

кандидат технических наук, Доцент _____

Шиков Павел Алексеевич

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой экономики и финансов _____

Никитина Людмила
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой _____

Никитина Людмила
Николаевна

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающего в области франчайзинг в маркетинге

1.2 Задачи дисциплины:

– знания в области формирования системы взаимовыгодных отношений крупного и малого бизнеса, а также маркетинговой деятельности, сопровождающей эти отношения; правовые основы этой деятельности, учет и налоговое законодательство;

– умения в области предпринимательской деятельности, создания системы взаимовыгодных партнерских отношений, организации франчайзинговой системы;

– навыки самостоятельного, творческого использования теоретических знаний в практической деятельности студента.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Статистика

Экономическая теория

Маркетинговый анализ деятельности фирмы

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: Способен прогнозировать диапазон цен на товары, работы и услуги с учетом маркетинговой политики предприятия

Знать: Нормативно-правовую среду деятельности субъектов франчайзинга; основные подходы к планированию и организации международной франчайзинговой деятельности на основе собранных данных при помощи современных информационных интеллектуальных технологий; принципы прогнозирования основных инвестиционных рисков, а также социально-экономических последствий для деятельности франчайзинговой компании.

Уметь: Выявлять особенности франчайзинговых стратегий, готовить и анализировать производственные и финансовые отчёты; применять теоретические подходы для разработки предложений по совершенствованию эффективности деятельности франчайзинговой компании с учётом рисков; обосновывать целесообразность применения практических и теоретических знаний по разработке и реализации франчайзингового договора (договора коммерческой концессии).

Владеть: Навыками работы с международными и национальными нормативно-правовыми документами; методиками подбора франшиз в различных отраслях деятельности, руководствуясь приоритетными критериями выбора; набором инструментов для разработки и принятия альтернативных вариантов решений в области франчайзинга.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Основы франчайзинга в маркетинге	4				
Тема 1. История развития франчайзинга. Ранние системы и современный франчайзинг Британская система «связанных домов», Американская компания «Зингер», Компания «General Motors», «McDonald's» и др. Рестораны, кафе быстрого обслуживания, гостиничный франчайзинг, электронный фран- чайзинг и др. Франчайзинговые компании США, Канады, Японии, Фран- ции, Великобритании. Испании и др.		1		10	
Тема 2. Типология товара как основа франчайзинга (субъекта франшизы). Виды франчайзинга. Товар как объект франчайзинга. Тип товара: продукт; услуга, связанная с определенным изделием и без привязки к конкретному изделию; производственный процесс; бизнес- процесс, включающий набор управленческих, коммерческих, финансовых, организационных действий, обеспечивающих получение гарантированного экономического результата; комплексный товар. Субъекты франчайзинга: франчайзер и франчайзи. Баланс интересов субъектов франчайзинга.		1		10	
Тема 3. Финансовые потоки франчайзинга. Доходы франчайзера: платежи обязательные и договорные. Обязательные платежи: одноразовая плата франшизы (пользование интеллектуальной собственностью, стандартным набором услуг и др.); роялти – регулярные платежи на покрытие расходов, связанных с поддержанием и развитием франчайзинговой системы (содержание франчайзинговой фирмы, проведение маркетинговых исследований, совершенствование товара и технологии его создания); отчисления в централизованный рекламный фонд. Договорные (дополнительные) платежи: дополнительные образовательные услуги, оказываемые франчайзи, членам его семьи и наемным работникам; аренда; посреднические услуги; финансово-кредитные услуги; передача (продажа, наследование) франшизы.	2		12	ГД	

Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Структура и организация франчайзинга					
Тема 4. Структура франчайзинговой фирмы. Практическое занятие: Франчайзинг в системе маркетинга. Управляющая компания: координация работы всей франчайзинговой системы; формирование и реализация стратегии франчайзинговой системы. Подразделения управляющей компании: консалтинговое и технологическое. Дочерние организации и привлеченные компании: аудиторские, рекламные, снабженческие, складские. Франчайзинг – наиболее развитая форма лицензирования. Франчайзинг обеспечивает единство проводимых маркетинговых мероприятий, стиля и оформления, качества продаваемых товаров и услуг.	5	1	1	8	
Тема 5. Договор франчайзинга: правовые основы, учет и налоги. Регулирование франчайзинга в различных юрисдикциях. Практическое занятие: Правовые основы франчайзинга (коммерческой концессии): право на фирменное наименование и/или коммерческое обозначение; право на охраняемую коммерческую информацию; право на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав – товарный знак, знак обслуживания.		1	1	8	
Тема 6. Организация франчайзинговой системы. Практическое занятие: Основные этапы концепции создания франчайзинговой фирмы: выбор товара; определение прав франчайзера и франчайзи; разработка концепции франчайзинговой системы; определение обязанностей франчайзера и франчайзи; формирование франчайзинговой фирмы (франчайзера); создание франчайзинговой сети; работа франчайзинговой системы; анализ работы франчайзинговой сети; совершенствование франчайзинговой системы.		1	1	8	
Тема 7. Многоуровневый франчайзинг. Практическое занятие: Мастер франчайзинг. Преимущества и недостатки. Территориальный франчайзинг. Преимущества и недостатки. Субфранчайзинг. Преимущества и недостатки.		1	1	8	ГД
Раздел 3. Современные тенденции и проблемы развития франчайзингового бизнеса в России					

Тема 8. Риски осуществления франчайзинговой деятельности и возможные пути их минимизации. Практическое занятие: рыночные, операционные, кредитные и предпринимательские риски франчайзинговой деятельности. Минимизация и управление рисками взаимоотношений во франчайзинговой системе.		2	2	10	
Тема 9. Основные тенденции и проблемы развития франчайзинга в России. Практическое занятие: Роль государственной политики в развитии регионального франчайзинга. Структура российского рынка франчайзинга по объёму оборота. Главные тренды франчайзинга в РФ.		2	2	10	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	8	52	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		20,25		84	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-3	<p>- раскрывает правовое регулирование договора франчайзинга (коммерческой концессии) за рубежом и в России, объясняет бизнес -процессы предприятия франчайзера, включающие набор управленческих, коммерческих, финансовых, организационных действий, обеспечивающих получение гарантированного экономического результата, использует трендовые модели для краткосрочного прогнозирования динамики денежных потоков франчайзинговых проектов;</p> <p>- выявляет основные этапы концепции создания франчайзинговой фирмы, раскрывает правовые положения о коммерческой концессии в России (право на фирменное наименование и/или коммерческое обозначение, право на охраняемую коммерческую информацию, право на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав – товарный знак, знак обслуживания);</p> <p>- обосновывает действующую систему российского права, регулирующую отношения в сфере коммерческой концессии, законодательство Европейского Союза и отдельных зарубежных государств, акты международных и национальных ассоциаций франчайзинга, модельные законы Международного института по унификации частного права, судебную практику Европейского Союза и отдельных стран, анализирует структуру российского рынка франчайзинга по объёму оборота, формирует финансовые потоки франчайзера (платежи обязательные и договорные).</p>	Вопросы устного собеседования, практико-ориентированные задания, тестовые задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопросы, способен правильно применить основные методы и инструменты при решении практических задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	
Не зачтено	Обучающийся не может изложить значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, допускает неточности в формулировках и доказательствах, нарушения в последовательности изложения программного материала; неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 5	
1	Цель, задачи, содержание дисциплины. Взаимосвязь «Франчайзинга в маркетинге» с микро- и макроэкономикой.
2	Методология курса. Взаимосвязь франчайзинга и стратегии пред- приятия.
3	Франчайзинговые компании США, Канады, Японии.
4	История развития франчайзинга. Ранние системы франчайзинга.
5	Франчайзинговые компании Франции, Великобритании, Испании.
6	Товар как объект франчайзинга.
7	Субъекты франчайзинга: франчайзер и франчайзи. Баланс интересов субъектов франчайзинга.
8	Типология видов франчайзинга: товарный и производственный франчайзинг.
9	Типология видов франчайзинга: деловой, корпоративный и конверсионный франчайзинг.
10	Типология видов франчайзинга: районный и сервисный франчайзинг.
11	Типология видов франчайзинга: субфранчайзинг и франчайзинг бизнес-формата.
12	Достоинства и недостатки франчайзинга для франчайзера, франчайзи и потребителя.
13	Риски франчайзинга в условиях российского рынка.
14	Доходы франчайзера: платежи обязательные и договорные.
15	Сбалансированность доходов и расходов франчайзера и франчайзи.
16	Франчайзинг в системе маркетинга. Управляющая компания и ее подразделения. Дочерние организации и привлеченные компании.
17	Правовые основы франчайзинга (коммерческой концессии).
18	Франчайзинг за рубежом и коммерческая концессия в России: сходства и отличия.
19	Договор франчайзинга. Бухгалтерский учет по договору франчайзинга.
20	Налоговый учет по договору франчайзинга.
21	Судебная практика в области франчайзинга.
22	Основные этапы концепции создания франчайзинговой фирмы.
23	Работа франчайзинговой системы и ее совершенствование.
24	Анализ экономических условий франчайзинга (коммерческой концессии). Общая, базовая и дополнительная рентабельность.
25	Анализ экономических условий франчайзинга (коммерческой концессии). Текущая стоимость периодических денежных потоков роялти.
26	Мастер франчайзинг. Преимущества и недостатки.

27	Территориальный франчайзинг. Преимущества и недостатки.
28	Субфранчайзинг. Преимущества и недостатки.
29	Франчайзинговые сети в России. Франчайзинговые сети в сфере быстрого питания.
30	Франчайзинговые сети в России. Франчайзинговые сети в сфере производства и продажи обуви.
31	Оценка товарных знаков и брендов как основы платы за франшизу.
32	Учет рисков в платежах по франшизе.

5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Франчайзинг представляет собой...
 - 1) продажу одним предприятием своей марки другому предприятию;
 - 2) передачу одним предприятием права на продажу товаров или услуг другому предприятию;
 - 3) создание головным предприятием дочернего филиала за рубежом.

2. Мастер-франшиза как способ получения прав от франчайзера предусматривает:
 - 1) непосредственную передачу франшизы местному предпринимателю;
 - 2) передачу франшизы на все направления деятельности франчайзера;
 - 3) продажу международным франчайзером исключительных прав на развитие системы на территории страны франчайзи.

3. Франчайзинговые платежи складываются из...
 - 1) первоначальных взносов франчайзи за полученную франшизу;
 - 2) периодических платежей как процента от продаж;
 - 3) единовременной оплаты франшизы, периодических взносов и дополнительных платежей.

4. Владелец прав на франшизу:
 - 1) Франчайзер;
 - 2) Франчайзи;
 - 3) франшиза.

5. Условиями патентоспособности полезной модели:
 - 1) промышленная применимость;
 - 2) новизна;
 - 3) изобретательский уровень.

6. К промышленной интеллектуальной собственности НЕ относятся:
 - 1) изобретения;
 - 2) ноу-хау;
 - 3) промышленные секреты;
 - 4) промышленные образцы;
 - 5) научные произведения.

7. Ставка дисконтирования определяется на основе...
 - 1) индекса инфляции;
 - 2) ставки рефинансирования Центрального банка;
 - 3) ставки налога на прибыль.

8. Как называются рискованные фирмы, которые обычно создаются в областях предпринимательской деятельности, связанных с повышенной опасностью потерять убытки?
 - 1) аудиторские;
 - 2) лизинговые;
 - 3) венчурные;
 - 4) потребительские.

9. Система, состоящая из 2 уровней:
 - 1) роялти;
 - 2) франчайзинг;
 - 3) бизнес.

10. Внедрение нового продукта определяется как радикальная инновация, если:
 - 1) охватывает технологические изменения продукта;
 - 2) касается использования усовершенствованного технологического процесса;
 - 3) предполагаемая область применения, функциональные характеристики, конструктивные или использованные материалы и компоненты существенно отличаются от ранее использованных продуктов.

11. Предприятие, существующее в соответствии с франчайзинговым договором:
 - 1) франчайзер;
 - 2) франчайзи;
 - 3) франшиза.

12. Фирмы, которые работают на узкий сегмент рынка и удовлетворяют потребности, сформированные под действием моды, рекламы и других средств, - это

- 1) пациенты;
- 2) виоленты;
- 3) коммунтанты.

13. Укажите группу, где все указанные объекты, относятся промышленной собственности (по российскому законодательству):

- 1) изобретение, промышленный образец, полезная модель;
- 2) товарный знак, ноу-хау, коммерческая тайна;
- 3) научные произведения, программы для ЭВМ.

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы) находятся в Приложении к данной РГД

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

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Во время проведения экзамена, у обучающихся отсутствует возможность пользоваться справочниками, словарями и иными учебными материалами. На подготовку ответа выделяется 45 минут. Оценка выставляется по результатам подготовки по билету и результатам устного собеседования по основным вопросам пройденного курса.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Тропынина, Н. Е., Куликова, О. М.	Маркетинг инноваций	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2020	http://www.iprbookshop.ru/102923.html
Катаев, А. В., Катаева, Т. М., Названова, И. А.	Digital-маркетинг	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета	2020	http://www.iprbookshop.ru/100169.html
Стешин, А. И.	Информационные системы в маркетинге	Саратов: Вузовское образование	2019	http://www.iprbookshop.ru/79628.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Никитина Л. Н., Шиков П. А.	Международный франчайзинг	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020118
Никитина Л. Н., Шиков П. А.	Франчайзинг в маркетинге. Практические занятия	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017508
Маслова, О. П., Калмыкова, О. Ю.	Менеджмент и маркетинг	Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2021	http://www.iprbookshop.ru/111764.html

Ботуз, С. П.	Методы и модели экспертизы объектов интеллектуальной собственности в сети INTERNET	Москва: СОЛОН-♦	2018	http://www.iprbookshop.ru/90419.html
--------------	--	-----------------	------	---

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Федеральная служба государственной статистики : <http://www.gks.ru>
2. Рейтинг РБК: <http://www.rating.rbc.ru>
3. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/>
4. Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Продажа по договору с учебными заведениями об использовании в учебном процессе по заявкам

Microsoft Office Standart Russian Open No Level Academic

СПС КонсультантПлюс

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска

Приложение

рабочей программы дисциплины: Франчайзинг в маркетинге
наименование дисциплины

по направлению подготовки: 38.03.02 «Менеджмент»
наименование ОП (профиля): «Маркетинг»

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

№ п/п	Условия типовых задач (задач, кейсов)																														
1	<p>Рассчитать численное значение максимальных и минимальных величин «разумных» ставок роялти (R) для договора коммерческой концессии, когда пользователь отчисляет правообладателю от 5 до 15 % своей ежемесячной дополнительной прибыли для предприятия с общей рентабельностью 25 % при базовой рентабельности 15 %.</p>																														
2	<p>По данным таблицы оцените целесообразность вложения денег в технологическую линию, полезный срок использования которой – 5 лет, если норма дисконта составляет 11% годовых. Рассчитайте сроки окупаемости (t), индекс рентабельности инвестиций (PI), величину чистого приведённого эффекта (NPV)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Показатель</th> <th style="text-align: right;">Значение, тыс. руб.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Первоначальная стоимость технологической линии</td> <td style="text-align: right;">10 000</td> </tr> <tr> <td>2. Инвестиционная прибыль от эксплуатации технологической линии</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Первый год</td> <td style="text-align: right;">4 000</td> </tr> <tr> <td>Второй год</td> <td style="text-align: right;">4 800</td> </tr> <tr> <td>Третий год</td> <td style="text-align: right;">3 200</td> </tr> <tr> <td>Четвёртый год</td> <td style="text-align: right;">4 700</td> </tr> <tr> <td>Пятый год</td> <td style="text-align: right;">5 600</td> </tr> <tr> <td>Итого за период эксплуатации технологической линии</td> <td style="text-align: right;">22 300</td> </tr> </tbody> </table>	Показатель	Значение, тыс. руб.	1. Первоначальная стоимость технологической линии	10 000	2. Инвестиционная прибыль от эксплуатации технологической линии		Первый год	4 000	Второй год	4 800	Третий год	3 200	Четвёртый год	4 700	Пятый год	5 600	Итого за период эксплуатации технологической линии	22 300												
Показатель	Значение, тыс. руб.																														
1. Первоначальная стоимость технологической линии	10 000																														
2. Инвестиционная прибыль от эксплуатации технологической линии																															
Первый год	4 000																														
Второй год	4 800																														
Третий год	3 200																														
Четвёртый год	4 700																														
Пятый год	5 600																														
Итого за период эксплуатации технологической линии	22 300																														
3	<p>По данным таблицы выберите наиболее выгодный вариант инвестирования денежных средств при условии, что норма дисконта составляет 12 % годовых.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Показатель</th> <th style="text-align: center;">Проект А</th> <th style="text-align: center;">Проект В</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Первоначальные инвестиции, тыс. руб.</td> <td style="text-align: center;">1000</td> <td style="text-align: center;">1000</td> </tr> <tr> <td>Продолжительность инвестиционного проекта, лет.</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">500</td> <td style="text-align: center;">250</td> </tr> <tr> <td>Инвестиционная прибыль от проекта, тыс. руб.</td> <td style="text-align: center;">380</td> <td style="text-align: center;">250</td> </tr> <tr> <td>Третий год</td> <td style="text-align: center;">180</td> <td style="text-align: center;">250</td> </tr> <tr> <td>Четвёртый год</td> <td style="text-align: center;">100</td> <td style="text-align: center;">250</td> </tr> <tr> <td>Пятый год</td> <td style="text-align: center;">40</td> <td style="text-align: center;">250</td> </tr> <tr> <td>Шестой год</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">250</td> </tr> <tr> <td>Итого</td> <td style="text-align: center;">1200</td> <td style="text-align: center;">1500</td> </tr> </tbody> </table>	Показатель	Проект А	Проект В	Первоначальные инвестиции, тыс. руб.	1000	1000	Продолжительность инвестиционного проекта, лет.				500	250	Инвестиционная прибыль от проекта, тыс. руб.	380	250	Третий год	180	250	Четвёртый год	100	250	Пятый год	40	250	Шестой год	-	250	Итого	1200	1500
Показатель	Проект А	Проект В																													
Первоначальные инвестиции, тыс. руб.	1000	1000																													
Продолжительность инвестиционного проекта, лет.																															
	500	250																													
Инвестиционная прибыль от проекта, тыс. руб.	380	250																													
Третий год	180	250																													
Четвёртый год	100	250																													
Пятый год	40	250																													
Шестой год	-	250																													
Итого	1200	1500																													

4	<p>Рассчитайте численное значение доли отчислений (D) в пользу франчайзера от дополнительной прибыли предприятия франчайзи с общей рентабельностью 25 % и базовой рентабельностью 9 %, если известно, что стандартные условия франшизы данной фирмы предусматривают размер ставок роялти $R2-1 = 5$ % от общего товарооборота и дополнительно $R2-2 = 4$ % (0,04) от общего товарооборота в качестве возмещения расходов франчайзера на рекламу, стимулирование сбыта и поддержку торговой марки, осуществляемой в пользу всех франчайзи данного франчайзера на территории предоставления франшиз.</p>
5	<p>Предлагают купить франшизу за $PV_{предл4} = 30.000$ \$, с условиями неограниченного во времени срока ее действия и постоянными по величине (фиксированными) отчислениями периодических платежей в пользу покупателя лицензии, по которой передано право на использование новой технологии с ежегодным объемом товарооборота продукции $Q4 = 100.000$ \$/год, обеспечивающей увеличение рентабельности производства на $Рентдоп.4 = 0,25$ или на 25 %, при первоначальной (базовой) рентабельности производства $Рентбаз.4 = 0,10$, или 10 %. Обосновать принятие решения о покупке (или отказ от покупки), если известно, что стандартная доля отчислений лицензиару в дополнительной прибыли лицензиата для аналогичных условий обычно составляет $D4 =$ от 5 до 15 %, а ставка капитализации альтернативных инвестиций на дату предложения составляет $K4 = 0,15$, или 15 % годовых.</p>
6	<p>Для обоснования общей единовременной суммы платежей рассчитать обоснованную текущую стоимость франшизы ($PV5$) сроком на 3 года, с первоначальным платежом $PV_{вст5} = 3.000$ \$ для оказания услуг $Q5 = 10.000$ \$/год, при общей рентабельности использования фирменной технологии $Рентобщ.5 = 0,50$ (50 %), базовой рентабельности предприятия $Рент баз.5 = 0,20$ (25 %), доли отчислений франчайзеру в дополнительной прибыли франчайзи в первый год действия франшизы $D 5-1 = 0,30$ (30 %), второй год — $D 5-2 = 0,25$ (25 %), третий год действия — $D 5-3 = 0,15$ (15 %), и ставки доходности альтернативных инвестиций $I 5 = 0,15$ (15 %) годовых.</p>
7	<p>Рассчитайте численное значение ставки ежегодных отчислений роялти ($R3$), если предлагается заключить договор на покупку прав на использование ОИС для производства товаров с оборотом $Q = 150.000$ \$/год, сроком на 3 года, с общей текущей стоимостью договора $PV_{тек3} = 50.000$ \$, с первоначальным (вступительным) разовым взносом $PV_{вст3} = 20.000$ \$ и ставкой доходности по альтернативным долгосрочным валютным депозитам — 15 % годовых.</p>
8	<p>Компании предложили приобрести объект промышленной собственности по лицензионному договору в виде опытного образца. Срок действия лицензионного договора 5 лет. Роялти от стоимости реализованных изделий в соответствии с нормативами составляет 3 %. Вместе с тем компания согласна на паушальный платеж на сумму 45 000 дол. США. Цена изделия — 150 дол. США. Планируемый объем выпуска составит: 1-й год — 1 000 ед.; 2-й — 2 000 ед.; 3-й — 2 000 ед.; 4-й — 2 000 ед.; 5-й — 2 000 ед. Инфляция доллара США составляет 1 % в год. Определите, какой из вариантов расчетов за право пользования объектом промышленной собственности будет экономически обоснован для лицензиата (выплата паушального взноса или периодических отчислений в виде роялти)?</p>
9	<p>Определите, стоимость объекта промышленной собственности, приобретаемого организацией по лицензионному договору, исходя из прибыли, которую она получит, купив права на данное изобретение. Срок действия лицензионного договора 5 лет. Стоимость предлагаемой лицензии — 2 млн. руб. Прибыль до использования объекта промышленной собственности составляет 10 млн руб., после — 17 млн руб. Ставка роялти по прибыли установлена на уровне 30 %. Планируемый объем производства продукции по лицензии составит: 1-й год — 100 шт.; 2-й — 200 шт.; 3-й — 300 шт.; 4-й — 400 шт.; 5-й — 500 шт. Норма дисконта равна 0,1.</p>

10	<p>Оцените стоимость запатентованного изобретения при следующих данных:</p> <ul style="list-style-type: none">- расчетный годовой объем выпуска изделий, производимых по изобретению и промышленному образцу 500 000 млн. руб. и будет возрастать на 5 % в год;- ставка роялти по прибыли 6 %;- срок полезного использования изобретения принимается равным 5 годам;- расходы, связанные с поддержкой патентов на изобретение и промышленные образцы, составляют 10 000 млн. руб. и будут возрастать на 10 % в год;- ставка дисконтирования 25 %.
----	---