

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
(ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ)**

**«Подготовка преподавателей для образовательной программы по
социальному предпринимательству»**

Утверждено:

Директор НОЧУ ОДПО «Лаборатория социального предпринимательства»

Заботин С.С.



Москва, 2017

1. Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа курса устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям слушателя и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Курс имеет статус дополнительной профессиональной программы повышения квалификации.

2. Цели освоения курса

Целью настоящего курса является подготовка преподавателей для образовательных программ по социальному предпринимательству.

В рамках курса социальное предпринимательство изучается как процесс формирования устойчивых предприятий, решающих наиболее острые современные социальные проблемы. Слушатели проходят все этапы формирования социального предприятия от выявления целевой аудитории и ее потребностей до детальной разработки решения. Таким образом, преподаватели сами проходят на практике все аспекты создания социального предприятия, чтобы в дальнейшем использовать эту же методику для обучения собственных студентов. Курс является подготовкой к сдаче сертификационного экзамена Лаборатории социального предпринимательства.

Теоретические материалы данного курса призваны дать слушателям необходимый инструментарий для преподавания социального предпринимательства. В рамках курса особое внимание уделяется важности развития предпринимательского и креативного подхода к решению социальных проблем, вовлечения стейкхолдеров к разработке, тестированию и продвижению продуктов и решений, формированию финансово устойчивых бизнес-моделей предприятий, а также применению самых современных методик в преподавании социального предпринимательства.

При изучении данной дисциплины предусматриваются:

1. Очные семинары с использованием дистанционных технологий видеосвязи;
2. самостоятельное освоение слушателями рекомендуемых материалов
3. самостоятельная работа слушателей по разработке своего проекта социального предприятия
4. освоение слушателями теоретических материалов по социальному предпринимательству и методических рекомендаций по его преподаванию.
5. Создание слушателями региональной базы данных действующих социальных предприятий

Учебные задачи курса:

- 1) знакомство с зарубежной и российской практикой социального предпринимательства;
- 2) знакомство с методами и «инструментами», необходимыми для преподавания социального предпринимательства;
- 3) знакомство с методами и «инструментами», необходимыми начинающему социальному предпринимателю для создания собственного предприятия;
- 4) применение полученных знаний для разработки собственного проекта социального предприятия.

3. Компетенции, приобретаемые в рамках курса

1. Отбирать слушателей (участников) для преподавания курса по социальному предпринимательству;

2. Использовать инструменты, освоенные в рамках курса, для преподавания социального предпринимательства и помощи слушателям в создании успешных социальных предприятий, а именно:

- оценивать мотивацию, компетенции и ресурсы для создания социального предприятия;
- выявлять социальные потребности целевой аудитории, а также актуальные тенденции, способные повлиять на эти потребности в будущем;
- выявлять и оценивать потенциальные возможности по созданию нового социального предприятия;

- разрабатывать, оценивать и выбирать наиболее перспективные бизнес-модели для создания социального предприятия;
 - на основании выбранной бизнес-модели разработать все разделы бизнес-плана;
 - выбирать наилучшую организационно-правовую форму для конкретного СП;
 - уметь представить свой проект потенциальным инвесторам;
3. Создавать отраслевые курсы по социальному предпринимательству.
 4. Знать основные модели развития социальных предприятий в России и за рубежом, примеры проектов по каждой бизнес-модели и отрасли в России, за рубежом и в своем регионе;
 5. Уметь анализировать бизнес-планы студентов;
 6. Знать специфику найма сотрудников и общения с покупателями и потребителями из числа социально-незащищенных слоев и давать соответствующие рекомендации по проектам студентов;
 7. Знать возможности по привлечению финансовых ресурсов для реализации проектов СП и способность научить студентов формировать стратегию привлечения инвестиций в проекты СП

4. Требования к слушателям.

К обучению принимаются лица, имеющие высшее образование по специальности в сфере экономики, финансов, предпринимательства или менеджмента и/или опыт преподавания в сфере экономики, предпринимательства, финансов или менеджмента не менее 2-х лет.

5. Место курса в структуре образовательной программы.

Курс является дополнительной профессиональной программой повышения квалификации НОЧУ ОДПО «Лаборатория социального предпринимательства».

6. Формы контроля знаний.

Для успешной аттестации каждый слушатель должен был набрать не менее 39 баллов. Ниже приведена итоговая таблица аттестации слушателей.

Результаты аттестации слушателей

Теоретический эк- замен (1-25 баллов)	Защита про- ектов слу- шателей (1-25 баллов)	Итого: (макс. 50)
---	--	------------------------------

Критерии оценки проектов слушателей

- 1.1.1. Ясность и реализуемость бизнес-модели
- 1.1.2. Выявленная социальная потребность в регионе реализации проекта
- 1.1.3. Конкретное и измеримое планируемое социальное воздействие проекта
- 1.1.4. Проработанность бизнес-плана
- 1.1.5. Наличие плана дальнейшей реализации проекта

По итогам обучения слушателям выдается сертификат о повышении квалификации. В дальнейшем возможно продление сертификации на следующий год на особых условиях.

На изучение каждого модуля отводится 1 неделя. В рамках сертификации слушателей проводится:

1. Обучение по основным модулям (см. программу).
2. Разработка практических заданий для отраслевого блока.
3. Выполнение контрольных заданий по каждому модулю.
4. Прохождение аттестации по усвоению материала.

Тематический план обучения

Модули программы	Ак. Часы Очных сессий	Ак. Часы консультаций	Ак. Часы самостоятельной работы
Модуль 1. Социальное предпринимательство: понятие, критерии, кейсы	3	3	12
Модуль 2. Методические особенности практического курса по социальному предпринимательству	3	3	8
Модуль 3. Разработка отраслевых курсов	3	3	20
Модуль 4. Формирование идеи социального предприятия: роль преподавателя в творческом процессе студента	3	3	12
Модуль 5. Методы работы со слушателями по выявлению бизнес-возможностей и разработке теории изменений	3	3	12
Модуль 6. Как помочь студенту сформировать эффективную бизнес-модель социального предприятия	3	3	12
Модуль 7. Выбор организационно-правовой формы для социального предприятия. Юридические аспекты деятельности социального предприятия	3	3	12
Модуль 8. Бизнес-планирование для социального предприятия: маркетинговый план	3	10	40
Модуль 9. Бизнес-планирование для социального предприятия: финансовый, производственный и организационный планы	3	10	40
Модуль 10. Источник финансирования для социального предприятия	3	3	12
Модуль 11. Специфика управления персоналом на социальных предприятиях	3	3	12
Модуль 12. Типичные риски при создании и развитии социального предприятия. Оценка социального воздействия	3	3	12
Модуль 13. Оформление и сдача бизнес-плана социального предприятия	3	10	40
Модуль 14. Подготовка. Самостоятельная подготовка к итоговой аттестации		3	40
Экзамен. Письменный экзамен			5
Экзамен. Устный экзамен			5
Итого:	39	63	294

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Методическим пособием для данного курса является практическое пособие «Создание успешного социального предприятия» Фонда «Наше будущее».

Документы:

1. Приказ Минэкономразвития России № 201 от 15.04.2013 г. «О проведении конкурсного отбора социально ориентированных некоммерческих организаций для предоставления субсидий из федерального бюджета»

http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/SocOrientNoncomOrg/doc20130415_07

2. Приказ Минэкономразвития России от 01.07.2014 N 411 "Об организации проведения конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых в 2014 году предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации"

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_167333/

3. Приказ Минэкономразвития России № 223 от 23.04.2012 г. «Об организации проведения конкурсного отбора субъектов Федерации, бюджетам которых в 2012 году предоставляются для финансирования мероприятий, осуществляемых в государственной поддержке малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации»

http://www.economy.gov.ru/minec/about/structure/depmb/doc20120423_05

Порталы и социальные сети

1. Портал «Новый Бизнес: социальное предпринимательство»

<http://www.nb-forum.ru/>

2. Портал «Банк социальных идей»

<http://www.bank.nb-forum.ru/>

3. <https://www.facebook.com/HUBMoscow> *центры* поддержки социальных инноваций

4. [https://www.facebook.com/Социальное предпринимательство](https://www.facebook.com/Социальное_предпринимательство)

5. [https://www.facebook.com/Фонд «Наше будущее»](https://www.facebook.com/Фонд_Наше_будущее)

6. vk.com_Социальное предпринимательство

7. www.ideo.org

8. Ashoka: Innovators for the Public

<https://www.ashoka.org/>

9. Schwab Foundation for social entrepreneurship

<http://www.schwabfound.org/>

10. Skoll Foundation

<http://www.skollfoundation.org/>

Список использованной литературы:

1. Автор-составитель Смирнова И.П. (2010) «Бизнес-кейсы. Управление персоналом.» М.: Инфотропик Медиа;
2. Алтухов С.И. Организация и мотивация как функции управления, Новосибирск, СГГА, 2012;
3. Бакшт К.А. (2007) «Построение отдела продаж - с "нуля" до максимальных результатов», Питер; (2008) «Как загубить собственный бизнес. Вредные советы российским предпринимателям», Питер; (2007) «Боевые команды продаж», Питер; (2014) «Охота за головами. Технологии эффективного набора кадров. Конкурс, дефицит, вербовка, кадровый ассессмент», Питер;
4. Белбин Р.М. (2003) Типы ролей в командах менеджеров, М.: НРРО;
5. Бланг С., Дорф Б. (2014) «Стартап. Настольная книга основателя.» М.: Альпина Паблишер,
6. Борнштейн Д. (2012) «Как изменить мир», М.: Альпина Паблишер;
7. Волкова В. А., Корчагина Т. Л. (2008) «Управление персоналом», Кемерово;
8. Гарнер Д., Оуэн Р., Конвей Р. (1995) Пособия Эрнст энд Янг «Привлечение капитала» М.: «Джон Уайли энд Санз»;
9. Горемыкин В.А. (2005) «Энциклопедия бизнес-планов. Методика разработки 75 реальных образцов бизнес-планов» М.: «Ось-89»;
10. Дарден-Филлипс К. (2013) «Ваш шанс изменить мир». М.: Альпина Паблишер;
11. Ермолова Н. (2013) «Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+» М.: Альпина Паблишер;
12. Касьянова Г.Ю., Языкова Н.Б. (2010) «Некоммерческие организации: правовое регулирование, бухгалтерский и налоговый учет в свете последних изменений законодательства» М.: АБАК;
13. Кикал Д., Лайонс Т. «Социальное предпринимательство. Миссия – сделать мир лучше» М.: Альпина Паблишер, 2014-03-09
14. Котлер Ф. (2001) «Маркетинг Менеджмент.» Экспресс-курс, С-Пб: «Питер»;
15. Котлер Ф. (2007) «Основы маркетинга» Москва, Санкт-Петербург, Киев: Издательский дом "ВИЛЬЯМС"
16. Волохонский Ю.Н. к.э.н., Кадров А.М., Коновская Е.А., Коханова М.А. (2011) Методическое пособие «Организация деятельности микрофинансовых организаций». Ростов-на-Дону, Южнорегиональная Ассоциация кредитных союзов (ЮРАКС) Департамент инвестиций и предпринимательства Ростовской области;
17. Остервальдер А. и Пинье И. (2011) Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора, М.: Альпина Паблишер;
18. Ответственный редактор Московская А.А. (2011) «Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования». М.: издательский дом Высшей школы экономики;
19. С. Плешаков. (2008) «Сопровождение села. Модель сельского развития», ХКБОО «Зеленый Дом», Хабаровск
20. «Социально ориентированные НКО: лучшие практики»/Практическое пособие.» (2011), М.: Агентство стратегической информации
21. Теплова Т.В. (2009) «7 ступеней анализа инвестиций в реальные активы. Российский опыт», М.: Эксмо;
22. Шнаппауф Р. (2003) «Практика продаж. Справочное пособие по всем ситуациям в сбыте» М.: Интерэксперт;
23. Юнус М., Жоли А. (2012) «Создавая мир без бедности: социальный бизнес и будущее капитализма», М.: Альпина Паблишер;
24. Albery N., Temple N. (2001) World's Greatest Ideas: An Encyclopaedia Of Social Inventions (and a related series of books of social inventions published during the 1990s), New Society Publishers,.
25. Alter K. S. (2000) «Managing the Double Bottom Line: the Business Planning Reference Guide for Social Enterprises»,

26. Anheier, H., and Salamon, L. (2006). The nonprofit sector in comparative perspective. In W. Powell and R. Steinberg (Eds.), *The nonprofit sector: a research handbook* 2nd ed. (pp. 89-114). Yale: Yale University Press.□
27. Archer, G., Baker, T., and Mauer, R. (2009). Towards an alternative Theory of Entrepreneurial Success: Integrating Bricolage, Effectuation and Improvisation. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29(6).□ Arenius, P., and Clercq, D. (2005). A network-based approach on opportunity recognition. *Small Business Economics*, 24(3), 249-265.□
28. Austin, J., Stevenson, H., and Wei Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.□
29. Bagnoli, L., and Megali, C. (2009). Measuring Performance in Social Enterprises. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 20(10), 1-17.□
30. Baron, D. P. (2007). Corporate social responsibility and social entrepreneurship. *Journal of Economics & Management Strategy*, 16(3), 683-717.□
31. Below C. L. & Tripp K. D. (2010) *Freeing the Social Entrepreneur*. Stanford Social Innovation Review, Fall edition.
32. Birchall J. Ketilson L.H. (2009). Resilience of the Cooperative Business Model in Times of Crisis. International Labour Organization.
33. Paul Bloom (2012). How to Take a Social Venture to Scale. *Harvard Business Review*, 18.06.2012.
34. Bornstein D., Davis S. (2010). *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*. Oxford University Press.
35. Borzaga, C., Galera, G., and Nogales, R. (2008). Social Enterprise: a new model for poverty reduction and employment generation. An Examination of the Concept and Practice in Europe and the Commonwealth of Independent States, UNDP, EMES, Bratislava.
36. Boschee, J. (1995). Some non-profits are not only thinking about the unthinkable, they're doing it Across the Board.
37. Brown T., Wyatt J. (2010) *Design Thinking for Social Innovation*. Stanford Social Innovation Review.
38. Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship: towards a convergent theory of the entrepreneurial process. *International Small business journal*, 25(1), 5-26.□
39. Chell, E., Nicolopoulou, K., and Karatas-Ozkan, M. (2010). Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(6), 485-493.
40. Christine Crandell (2013) «Your Brand Promise Can Create Or Destroy Customer Loyalty», *Forbes*, 16.06.2013
41. Choi, D., and Gray, E. (2004). Understanding the sustainable entrepreneur. Paper presented at the IEEE International Engineering Management Conference, 2004. Proceedings.□
42. Collaborative Economics (2013). The role of innovation brokers in a knowledge economy the fourth strand to triple helix. Submitted to Triple Helix XI International Conference London, July 2013
43. Cope, J., Jack, S., and Rose, M. (2007). Social capital and entrepreneurship: An introduction. *International small business journal*.□
44. Corner, P. D., and Ho, M. (2010). How Opportunities Develop in Social Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 635-659.
45. Cukier, W., Trenholm, S., Carl, D., and Gekas, G. (2011). Social entrepreneurship: A content analysis. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7(1), 99-119.
46. Darby, L., and Jenkins, H. (2006). Applying sustainability indicators to the social enterprise business model. *International Journal of Social Economics*, 33(5/6), 411-431.
47. Dees, J., and Anderson, B. (2006). Framing a Theory of Social Entrepreneurship - Building on Two Schools of Practice and Thought. *ARNOVA Occasional Paper Series*, 1(3), 1-28.
48. Dees J. G., Emerson J., Peter Economy, 2002. *Strategic Tools for Social Entrepreneurs: Enhancing the Performance of Your Enterprising Nonprofit* (Wiley Nonprofit Law, Finance and Management Series)
49. Defourny, J., and Nyssens, M. (2003). The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective, EMES Working Papers no. 12/03

50. Defourny, J., and Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: recent trends and developments. *Social Enterprise Journal*, 4(3), 202-228.
51. Defourny, J., and Nyssens, M. (2009). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. Paper presented at the Second EMES International Conference on Social Enterprise, Trento, Italy.
52. Defourny, J., and Nyssens, M. (2012). The EMES approach of social enterprise in a comparative perspective. EMES Working Paper 12/3.
53. Dey, P., and Steyaert, C. (2010). The politics of narrating social entrepreneurship. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 4(1), 85-108.□
54. Di Domenico, M., Haugh, H., and Tracey, P. (2010). Social Bricolage: Theorizing Social Value Creation in Social Enterprises. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 681-703.□
55. A. Dixit (2012) Identification & Selection of a Social Enterprise Centre for Social Entrepreneurship & CSR Entrepreneurship Development Institute of India.
56. Drayton, B. (2002). The citizen sector: Becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California Management Review*, 44(3), 120-132.
57. Drayton, B. (2006). Everyone a Changemaker: Social Entrepreneurship's Ultimate Goal. *Innovations*, 1(1), 80-96.□DTI. (2002). *Social Enterprise, Strategy for Success*. London: HMSO: Department of Trade and Industry.□
58. Goldsmith S. (2010) *The Power of Social Innovation: How Civic Entrepreneurs Ignite Community Networks for Good*;
59. Growing the social investment market, Cabinet office, UK, 14.02.11
60. Guclu A., Dees J. G., and Anderson B. B. (2002) *The Process of Social Entrepreneurship: Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit*, Fuqua School of Business
61. Eckhardt, J., and Shane, S. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 333-349.□
62. Edwards, J. M., and Edwards, M. E. J. M. (2008). *Hybrid Organizations: Social Enterprise and Social Entrepreneurship*: Lulu. Com.
63. Emerson J. (2003) *THE BLENDED VALUE MAP: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation*.
64. Esping-Andersen, G. (2006). *The three worlds of welfare capitalism The Welfare state reader second edition*. Cambridge: Polity Press.
65. Freeman R. E. (1984) *Strategic Management: A stakeholder approach*. — Boston: Pitman.
66. Galera, G., and Borzaga, C. (2009). Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation. *Social Enterprise Journal*, 5(3), 210-228.□
67. Galera, G., and Borzaga, C. (2012). Promoting the Understanding of Cooperatives for a better World. Euricse: Summary of the Conference in Venice, 2012, March, 15-16
68. Gjolberg, M. (2009). Measuring the immeasurable? Constructing an index of CSR practices and CSR performance in 20 countries. *Scandinavian Journal of Management*, 25(1), 10-22.□
69. Global Sustainable Investment Review 2012, GSIA, (2012) <http://gsiareview2012.gsi-alliance.org/#/1/>
70. Harding, R., and Harding, D. (2010). *Social Entrepreneurship in the UK*. London: Social Enterprise Coalition.□
71. Haugh, H. (2005). A research agenda for social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 1(1), 1-12.□
72. Prof. Dr. Heinecke A., Mayer J. (2011) *Strategies for Scaling. Understanding Social Entrepreneurship & Social Business. Be Part of Something Big*.
73. Hockerts, K. (2006). Entrepreneurial opportunity in social purpose business ventures. In J. Mair, J. Robinson and K. Hockerts (Eds.), *Social Entrepreneurship* (pp. 142-154). New York: Macmillan.□
74. Hockerts, K. (2010). Social Entrepreneurship Between Market and Mission. *International Review of Entrepreneurship*, 8(2), 177-198.□
75. Hoogendoorn, B., Pennings, H., and Thurik, A. (2010). What do We Know about Social Entrepreneurship? An Analysis of Empirical Research. *International Review of Entrepreneurship*, 8(2), 71-112.□

76. Jacques Defourny, M. N. (2009). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States. Paper presented at the International Conference on Social Enterprise, Trento.□
77. Kerlin, J. (2006). Social enterprise in the United States and Europe: understanding and learning from the differences. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17(3), 246-262.
78. Kerlin, J. A. (2009). *Social Enterprise: A Global Comparison*. Lebanon, NH: Tufts University Press.
79. Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
80. Kistruck, G. M., and Beamish, P. W. (2010). The Interplay of Form, Structure, and Embeddedness in Social Intrapreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 735-761.
81. Leadbetter, C. (1997). The rise of social entrepreneurship. London: Demos.□Lee, G. K. (2008). Relevance of organizational capabilities and its dynamics: what to learn from entrants' product portfolios about the determinants of entry timing. *Strategic Management Journal*, 29(12), 1257-1280.□
82. Lehner, O. (2011). The Phenomenon of Social Enterprise in Austria: A Triangulated Descriptive Study. *Journal of Social Entrepreneurship*, 2(1), 53-78.□
83. Lehner, O. M., and Kansikas, J. (2011). Social Entrepreneurship Research across Disciplines: Paradigmatic and Methodological Considerations. Paper presented at the 3rd EMES Conference on Social Enterprise Research, Roskilde, DK.
84. Lehner, O. M., and Kansikas, J. (2012). Opportunity Recognition in Social Entrepreneurship: A Thematic Meta Analysis. *Journal of Entrepreneurship*, 21(1).
85. Light, P. (2006). Reshaping social entrepreneurship. Stanford social innovation review: Stanford graduate school of Business.
86. Light, P. (2009). Social Entrepreneurship Revisited: Not just anyone, anywhere, in any organization can make breakthrough change.'. *Social Innovation Review*, 7(3), 21-22.
87. Low, C. (2006). A framework for the governance of social enterprise. *International Journal of Social Economics*, 33(5/6), 376-385.
88. Lumpkin, G. T. (2011). From legitimacy to impact: Moving the field forward by asking how entrepreneurship informs life. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(1), 3-9.
89. Mair, J., and Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36- 44.
90. Mair, J., and Marti, I. (2007). Entrepreneurship for social impact: encouraging market access in rural Bangladesh. *Corporate Governance*, 7(4), 493-501.
91. Mair, J., and Marti, I. (2009). Entrepreneurship in and around institutional voids: A case study from Bangladesh. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 419- 435.
92. Mair, J., Marti, I., and Ganly, K. (2007). Institutional voids as spaces of opportunity. *European Business Forum*(31), 35-39.
93. Mair, J., and Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. In M. J, J. Robinson and K. Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship* (pp. 121-135). New York: Palgrave Macmillan.
94. Meyskens, M., Robb-Post, C., Stamp, J. A., Carsrud, A. L., and Reynolds, P. D. (2010). Social Ventures from a Resource-Based Perspective: An Exploratory Study Assessing Global Ashoka Fellows. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 661-680.□
95. Moss, T. W., Short, J. C., Payne, G. T., and Lumpkin, G. (2010). Dual identities in social ventures: An exploratory study. *Entrepreneurship Theory and Practice*.□
96. Murphy, P., and Coombes, S. (2009). A model of social entrepreneurial discovery. *Journal of business ethics*, 87(3), 325-336.□
97. Murray R., Caulier-Grice J., Mulgan G. (2010) *The open book of social innovation*. The Young Foundation.
98. Münkner H.-H. (2012). Worldwide regulation of co-operative societies. An overview. Euricse Working Paper Series, working paper 53/13.
99. Nicholls, A. (2006). Playing the field: A new approach to the meaning of social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 2(1)

100. Nicholls, A. (2010). The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 611-633.□
101. Nicholls, A., and Cho, A. (2006). Social entrepreneurship: The structuration of a field. In A. Nicholls (Ed.), *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change* (pp. 99-118). New York: Oxford University Press.
102. Nyssens, M., Adam, S., and Johnson, T. (2006). *Social enterprise: at the crossroads of market, public policies and civil society*. London and New York: Routledge.□
103. Ozgen, E., and Baron, R. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 174-192.□
104. Parker, S. C. (2011). Intrapreneurship or entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 26(1), 19-34.□
105. Parkinson, C., and Howorth, C. (2008). The language of social entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 20(3), 285-309.□
106. Peredo, A., and McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56-65.
107. Peredo, A. M., Anderson, R. B., Galbraith, C. S., and Honig, B. (2004). Towards a theory of indigenous entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1(1), 1-20.
108. Perrini, F. (2006). *The new social entrepreneurship: what awaits social entrepreneurial ventures?* Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
109. Phills J. A. Jr., Deiglmeier K., Miller D. T. (2008) *Rediscovering Social Innovation* Stanford Social Innovation Review
110. Prahalad, C. K. (2010). The fortune at the bottom of the pyramid: eradicating poverty through profits: Wharton.
111. Robinson, J. (Ed.). (2006). *Navigating Social and Institutional Barriers to Markets: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities*. New York: Palgrave Macmillan.
112. Rotheroe, N. C., and Richards, A. (2007). Social Return on Investment and social enterprise: Transparent accountability for sustainable development. *Social Enterprise Journal*, 3(1), 31-48.
113. Sahlman W.A. (1997) How to Write a Great Business Plan. *Harvard Business Review*.
114. Salamon L. (2013) *Leverage for Good. An introduction to the new frontiers of philanthropy and social investment*. Oxford University Press.
115. Sarasvathy, S., Dew, N., Velamuri, S., and Venkataraman, S. (2005). Three views of entrepreneurial opportunity *Handbook of entrepreneurship research* (Vol. 1, pp. 141-160): University of Maryland.
116. Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
117. Seelos, C., and Mair, J. (2005a). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48(3), 241-246.
118. Seelos, C., and Mair, J. (2005b). *Sustainable development: How social entrepreneurs make it happen*. IESE Research Papers.
119. Shah, D. (2009). A UK policy perspective: thought piece from the UK Social Enterprise Coalition. *Social Enterprise Journal*, 5(2), 104-113.
120. Shaughnessy Dennis R., (2010) "Framework for analysis of social enterprises" Social Enterprise Institute Curriculum Publications. Paper 9.
121. Shaw, E. (2004). Marketing in the social enterprise context: is it entrepreneurial? *Qualitative Market Research*, 7(3), 194-205.
122. Shaw, E., and Carter, S. (2007). Social entrepreneurship: Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(3), 418-434.
123. Short, J., Moss, T., and Lumpkin, G. (2009). Research in social entrepreneurship: past contributions and future opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(2), 161-194.

124. Sison, A. J. G. (2009). From CSR to corporate citizenship: Anglo-American and continental European perspectives. *Journal of business ethics*, 89, 235-246.
125. Skloot, E. (1987). Survival time for nonprofits. *Foundation news*, 28(1), 38-42.
- Kock, S., and Coviello, N. (2010). Entrepreneurship research on network processes: A review and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 31-57.
126. Steyaert, C., and Dey, P. (2010). Nine Verbs to Keep the Social Entrepreneurship Research Agenda "Dangerous". *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(2), 231-254.
127. The Past, Present and Future of Social Entrepreneurship: CASE Founder Greg Dees reflects on 10 years of CASE at Fuqua, December 27, 2012
http://www.fuqua.duke.edu/news_events/feature_stories/greg-dees-relects-on-case/#.VEpNIEvJDDM
128. The Future of Social Enterprise by V. Kasturi Rangan, Herman B. Leonard, and Susan McDonald: Harvard Business School July 03, 2008. <http://hbswk.hbs.edu/item/5963.html>
129. Thompson, J., and Doherty, B. (2006). The diverse world of social enterprise: A collection of social enterprise stories. *International Journal of Social Economics*, 33(5/6), 361-375. □
130. Tracey, P., and Jarvis, O. (2007). Toward a theory of social venture franchising. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(5), 667-685. □
131. Travaglini, C. (2009). Social Enterprise in Europe: Governance Models. Paper presented at the 2nd. EMES International Conference on Social Enterprise, Trento, Italy. □
132. Trivedi, C. (2010). Towards a Social Ecological Framework for Social Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship*, 19(1), 63-80. □
133. Webb, J. W., Kistruck, G. M., Ireland, R. D., and Ketchen Jr, D. J. (2010). The entrepreneurship process in base of the pyramid markets: The case of multinational enterprise/nongovernment organization alliances. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 555-581.
134. Weerawardena, J., and Mort, G. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multi-dimensional model. *Journal of World Business*, 41(1), 21-35.
135. Wei-Skillern J., Austin J.E, Leonard H., and Stevenson H. (2007) "Entrepreneurship in the Social Sector." Thousand Oaks, CA: Sage Publications
136. What will Social Enterprise look like in Europe by 2020? (2013) Social Enterprise Team, Europe; www.britishcouncil.org/society
137. Yunus, M., and Weber, K. (2007). *Creating a world without poverty: social business and the future of capitalism*. New York: Public Affairs. □
138. Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D., and Shulman, J. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532. □
139. Zahra, S., Rawhouser, H., Bhawe, N., Neubaum, D., and Hayton, J. (2008a). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(2), 117-131. □
140. Zahra, S. A., Rawhouser, H. N., Bhawe, N., Neubaum, D. O., and Hayton, J. C. (2008b). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(2), 117-131. □
141. Zhao M. The Social Enterprise Emerges in China (2012) Stanford Social Innovation Review, spring 2012

Вопросы для экзамена:

1. Назовите основные критерии, по которым Вы отличите социальное предприятие от других видов деятельности. Приведите 2-3 примера сложных случаев, в которых определение было бы затруднительно, и как бы Вы разрешили ситуацию.
2. Какие факторы, по Вашему мнению, влияют на выбор предпринимателем идеи для своего проекта? Каким Вы видите свое участие в процессе выбора?
3. Чем отличается идея СП от бизнес-возможности? Как, по каким критериям и с помощью каких инструментов Вы будете оценивать перспективность социальных проектов участников Школы СП?
4. Что такое теория изменений? Как она используется при работе с проектом СП, каковы ее составные элементы?
5. Дайте описание бизнес-модели любого действующего СП
6. Какие варианты бизнес-моделей социальных предприятий Вы знаете? Дайте описание каждого вида бизнес-модели. Приведите пример для каждого вида.
7. Есть ли отличия во всех аспектах бизнес-планирования коммерческих предприятий и СП? Если есть, то какие?
8. Опишите специфику деятельности СП в маркетинге, в рекрутинге и управлении персоналом?
9. Какую стратегию привлечения финансирования Вы порекомендуете участнику Школы, разрабатывающему капиталоемкий проект?
10. Что Вы порекомендуете участникам Школы отразить в резюме их бизнес-планов?

Вопросы для устного экзамена:

1. Обоснуйте, почему Вы относите свой проект к деятельности в сфере социального предпринимательства.
2. Сформулируйте миссию, а также средне- и долгосрочные социальные цели своего предприятия?
3. Кто потенциальные клиенты предприятия? Какие маркетинговые исследования были проведены в рамках разработки проекта?
4. Сформирована ли команда Вашего СП? Назовите ключевых членов команды и их компетенции.
5. Каковы ключевые прогнозные финансовые показатели Вашего СП на ближайшие 3-5 лет?
6. Каковы инвестиционные потребности предприятия и как Вы планируете их покрывать?
7. Что сделано для реализации проекта на момент зачета и каков план дальнейшей реализации проекта?