государственное автономное учреждение  
Калининградской области  
профессиональная образовательная организация  
**«КОЛЛЕДЖ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основы предпринимательской деятельности**

**2020**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) **09.02.06 Сетевое и системное администрирование**

Организация-разработчик: государственное автономное учреждение Калининградской области профессиональная образовательная организация «Колледж предпринимательства»

Разработчик:

Седзюк М.Г. - ГАУ КО «Колледж предпринимательства», преподаватель

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена на заседании отделения предпринимательства, Протокол № 1 от 31.08.2020 г..

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | стр. |
| **1.** | **ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 3 |
| **2.** | **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 4 |
| **3.** | **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 8 |
| **4.** | **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 9 |

1. **ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ Основы предпринимательской деятельности**
   1. **Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **09.02.06 Сетевое и системное администрирование.**

Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина общепрофессионального цикла

* 1. **Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен: **уметь:**

* планировать исследование рынка;
* проводить исследование рынка;
* планировать товар/услугу в соответствии с запросами потенциальных потребителей;
* планировать основные фонды предприятия;
* планировать сбыт;
* подбирать организационно - правовую форму предприятия;
* планировать риски;
* оптимизировать расходы предприятия за счет изменений характеристик продукта/ критериев оценки качества услуги;
* определять потенциальные источники дополнительного финансирования.

**знать:**

* основные термины, сущность и основные категории предпринимательства, объекты и субъекты предпринимательства;
* концепции рыночных отношений;
* понятие окружающей среды, её виды;
* модели покупательного поведения;
* направления ценовой политики, методы рыночного ценообразования;
  1. **Количество часов на освоение программы дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося 60 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 48 часа;

самостоятельной работы обучающегося 12 часов

1. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
| **Максимальная учебная нагрузка (всего)** | **60** |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)** | **48** |
| в том числе: |  |
| теоретическое обучение | 14 |
| практические занятия | 32 |
| Самостоятельная работа обучающегося (всего), в том числе: | **12** |
| Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). | 8 |
| Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление рефератов, отчетов. | 4 |
| **Консультации** | **2** |
| Итоговая аттестация в форме **дифференцированного зачета** | |

1. **Тематический план и содержание учебной дисциплины Основы предпринимательской деятельности**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | | **Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся** | | | | | **Объем часов** | | **Уровень освоения** | | |
| **1** | | **2** | | | | | **3** | | **4** | | |
| **Тема 1.**  **Бизнес-идея** | | **Содержание учебного материала** | | | | | **4** | |  | | |
| 1. | | | | Определение вида каждого товара по степени долговечности и на основе покупательских привычек. | 3 | | 1 | | |
| 2 | | | | Отбор перспективной бизнес-идеи. | 1 | | |
| 3 | | | | Обоснование конкурентных преимуществ бизнес-идеи. |  | |  | | |
| **Практические занятия** | | | | | 1 | |  | | |
| 1. | | | | Использование маркетинговых понятий и основных категорий маркетинга в практической деятельности |
| **Тема 2.**  **Организация предприятия и поддержка предпринимательства** | | **Содержание учебного материала** | | | | | **5** | |
| 1. | | | | Открытие и ведение нового бизнеса | 2 | | 2 | | |
| 2. | | | | Организационно-правовые формы предприятия | 2 | | |
| **Практические занятия** | | | | | 2 | |  | | |
| 1. | | | | Определение основных расходных статей, связанных с открытием и ведением нового бизнеса Выполнение маркетингового исследования и анализ результатов собранной информации.  Принятие маркетинговых решений |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.  Маркетинговые службы. Основные способы опроса. | | | | | 1 | |
| **Тема 3.**  **Основные фонды предприятия в зависимости от особенностей функционирования предприятия** | | **Содержание учебного материала** | | | | | **5** | |
| 1. | | | | Предприятия субъектов малого и среднего предпринимательства. | 2 | | 2 | | |
| **Практические занятия** | | | | | 2 | |  | | |
| 1. | | | | Изучение и анализ контролируемых и неконтролируемых факторов, влияющих на работу фирмы  Определение организационно-правовой формы предприятия  Определение и обоснование основных фондов предприятия в зависимости от особенностей функционирования предприятия  Обоснование использования специальных налоговых режимов |
|  | | **Самостоятельная работа обучающихся**  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.  Тематика вопросов для самостоятельного изучения:   1. Составление схемы по структуре микро- и макросреды 2. Подготовка сообщения на тему: «Маркетинг» | | | | | 1 | |
| **Тема 4.**  **Налоговые режимы субъектов малого и среднего предпринимательства** | | **Содержание учебного материала** | | | | | **3** | |
| 1. Понятие и роль налоговых режимов. Понятие целевого маркетинга.  Способы и стратегии охвата рынка. Пути позиционирования товара на рынке | | | | | 1 | | 2 | |
| **Практические занятия** | | | | | 1 | |  | |
| 1. | | Изучение принципов сегментирования. Исследование отдельного сегмента. Отбор целевых сегментов рынка | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.  Тематика вопросов для самостоятельного изучения:  Принципы сегментирования. | | | | | 1 | |
| **Тема 5.**  **Собственное предприятие** | | **Содержание учебного материала** | | | | | **4** | |
| 1. | | Определение потенциальной возможности для собственного предприятия. Цель стратегического планирования. | | | 2 | | 2 | |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Подготовка к практическому занятию: выбор марки товара, упаковки. Определение жизненного цикла товара. | | | | | 2 | |  | |
| **Тема 6.**  **Основы товарной политики** | | **Содержание учебного материала** | | | | | **6** | |
| 1 .Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Понятие нового товара в маркетинговой системе. Стратегия разработки нового товара. Жизненный цикл товара | | | | | 2 | | 3 | |
| **Практические занятия** | | | | | 2 | |  | |
| 1. | | Выбор марки товара, упаковки. Определение жизненного цикла товара и задач маркетинга | | |
|  | | **Самостоятельная работа**  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.  Построение конкурентного листа.  Тематика вопросов для самостоятельного изучения:  Решение о товарной марке и маркировке. Решение об упаковке товара. | | | | | 2 | |
| **Тема 7.**  **Ценообразование в маркетинге** | | **Содержание учебного материала** | | | | | **10** | |
| 1 .Понятие и сущность цены. Типы рынков в зависимости от ценообразования. Цели ценообразования. Методы ценообразования. Управление ценами. | | | | | 2 | | 2 | |
| **Практические занятия** | | | | | 2 | |  | |
| 1. | Характеристика цен на конкретном товарном рынке. Определение типа рынка и выбор метода ценообразования | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Расчет и анализ структуры цены.  Построение графика безубыточности и определение ценовой политики фирмы. | | | | | 6 | |
|  | Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.  Тематика вопросов для самостоятельного изучения:  Ценовые стратегии в маркетинге.  Подготовка отчета по теме: Сравнительный анализ цен в сетевых магазинах и магазинах шаговой доступности. | | | | | | |  | |  | |
| **Тема 8. Организация товародвижения** | **Содержание учебного материала** | | | | | | | **3** | |
| 1 .Понятие товародвижения. Организация товародвижения. Значение посредников, каналов распределения и сбыта. Функции каналов товародвижения.  Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников. | | | | | | | 2 | | 2 | |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.  Тематика вопросов для самостоятельного изучения:  Методы и формы распространения товаров. | | | | | | | 1 | |  | |
| **Тема 9.**  **Маркетинговые коммуникации** | **Содержание учебного материала** | | | | | | | **6** | |
| 1. | | | | Понятие ФОССТИС, его составные части и средства. Цели и средства маркетинговых коммуникаций. Имидж, фирменный стиль и брэндинг. Понятие «Паблик рилейшнз» | | | 2 | | 1 | |
| 2. | | | | Виды рекламы. Рекламный бюджет. Правила рекламы. Законодательство о рекламе | | | 2 | | 1 | |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Подготовка рефератов по темам:   1. Правовые основы рекламы, требования к ней. 2. История возникновения рекламы | | | | | | | 2 | |  | |
| **Итоговое занятие по курсу** | **Содержание учебного материала** | | | | | | | **2** | |
| 1. | | | | Контрольная работа итоговое тестирование по всем темам программы | | | 2 | |
|  | **Всего** | | | | | | | **60** | |  | |

1. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**
   1. **Требования к материально-техническому обеспечению**

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета Маркетинг.

Оборудование учебного кабинета:

* посадочные места по количеству обучающихся;
* рабочее место преподавателя;
* комплект учебно-методической документации;
* комплект учебно-наглядных пособий;
* раздаточный материал для выполнения практических работ.

Технические средства обучения:

* компьютер с лицензионным программным обеспечением;
* мультимедиа проектор;
* интерактивная доска.
  1. **Информационное обеспечение обучения**

**Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:**

**Основные источники:**

1. Перелыгина Е.А. Основы предпринимательства: Рабочая тетрадь -Самара: ЦПО, 2011.
2. Голуб Г.Б., Перелыгина Е.А. Введение в профессию: общие компетенции профессионала. Эффективное поведение на рынке труда. Основы предпринимательства: Гиды для преподавателей. - Самара: ЦПО, 2011.
3. Череданов Л.Н.Основы экономики и предпринимательва, учебник, М., «Академия»2006,07,08г. Лапуста М.Г.
4. Предпринимательство, учебник, М. Инфра-М, 2003,04г.
5. Котерова Н.П.Основы маркетинга, уч. пос. М., «Академия» 2009г.
6. Арустамов Э.А. Организация предпринимательской деятельности, уч. пос., М., «Дашков», 2007,09г

**Дополнительные источники:**

1. Источник: Как начать собственное дело // Курс «Ваш бизнес» (ОLР (Open Learning Programme), подготовлен специалистами Московского агентства по развитию предпринимательства (ЗАО «МАРП») [Электронный ресурс]. –
2. Htpp://dist-cons/ru/modules/study/index.html
3. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований

|  |  |
| --- | --- |
| **Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)** | **Формы и методы контроля и оценки результатов обучения** |
| **Умения:** |  |
| - предлагать идею бизнеса на основании выявленных  потребностей; | Оценка решения обучающимися ситуационных задач. |
| - обосновывать конкурентные преимущества реализации бизнес- идеи; | Оценка деятельности обучающихся на практических занятиях. |
| обосновывать основные фонды предприятия; | Оценка решения обучающимися ситуационных задач.  Оценка выполнения индивидуальных задании. |
| - обосновывать использование специальных налоговых режимов; | Оценка деятельности обучающихся на практических занятиях. |
| - обосновывать отнесение предприятий к субъектам малого и среднего предпринимательства; | Оценка деятельности обучающихся на практических занятиях. |
| - определять потенциальную возможность получения субсидий; | Оценка решения обучающимися ситуационных задач. |
| - применять различные методы формирования спроса и стимулирования сбыта. | Оценка деятельности обучающихся на практических занятиях. |
| **Знания:** |  |
| - основные фонды предприятия; | Интерпретация результатов  наблюдений за деятельностью  обучающегося в процессе освоения образовательной программы. |
| - организационно-правовые формы предприятий; | Тестирование. |
| - виды маркетинговой информации, методы исследований и отбора информации; | Тестирование.  Оценка выполнения индивидуальных задании. |
| направления ценовой политики, методы рыночного ценообразования; | Тестирование. Оценка деятельности обучающихся на практических  занятиях. |
| - цели и задачи сбытовой политики, методы распространения товара; |  |
| -методы формирования спроса и стимулирования сбыта; | Тестирование. Оценка деятельности обучающихся на практических занятиях. |