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 фирмыОпределение 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 результатовнаблюдений за деятельностьюобучающегося 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 практическихзанятиях. |
| - цели и задачи сбытовой политики, методы распространения товара; |  |
| -методы формирования спроса и стимулирования сбыта; | Тестирование. Оценка деятельности обучающихся на практических занятиях. |