



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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы предпринимательской деятельности

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 № 6 от 30.06.2021 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

1.1. 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

1.2. 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 покупательского поведения;
- направления ценовой политики, методы рыночного ценообразования;

1.3. 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

2. 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	

2.2. 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	1		
	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Маркетинговые службы. Основные способы опроса.		
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			

	<p>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»</p>	1	
<p>Тема 4. Налоговые режимы субъектов малого и среднего предпринимательства</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	3	
	<p>1. Понятие и роль налоговых режимов. Понятие целевого маркетинга. Способы и стратегии охвата рынка. Пути позиционирования товара на рынке</p>	1	2
	<p>Практические занятия</p>	1	
	<p>1. Изучение принципов сегментирования. Исследование отдельного сегмента. Отбор целевых сегментов рынка</p>		
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Тематика вопросов для самостоятельного изучения: Принципы сегментирования.</p>	1	
<p>Тема 5. Собственное предприятие</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	4	
	<p>1. Определение потенциальной возможности для собственного предприятия. Цель стратегического планирования.</p>	2	2
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к практическому занятию: выбор марки товара, упаковки. Определение жизненного цикла товара.</p>	2	
<p>Тема 6. Основы товарной политики</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	6	
	<p>1. Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Понятие нового товара в маркетинговой системе. Стратегия разработки нового товара. Жизненный цикл товара</p>	2	3
	<p>Практические занятия</p>	2	
	<p>1. Выбор марки товара, упаковки. Определение жизненного цикла товара и задач маркетинга</p>		
	<p>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.</p>	2	
<p>Тема 7. Ценообразование в маркетинге</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	10	
	<p>1. Понятие и сущность цены. Типы рынков в зависимости от ценообразования. Цели ценообразования. Методы ценообразования. Управление ценами.</p>	2	2
	<p>Практические занятия</p>	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 брендинг. 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	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. 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.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

Основные источники:

1. Перельгина Е.А. Основы предпринимательства: Рабочая тетрадь -Самара: ЦПО, 2011.
2. Голуб Г.Б., Перельгина 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 предпринимательства, 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» (OLP (Open Learning Programme), подготовлен специалистами Московского агентства по развитию предпринимательства (ЗАО «МАРП») [Электронный ресурс]. –
2. [Http://dist-cons/ru/modules/study/index.html](http://dist-cons/ru/modules/study/index.html)

4. 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 заданий.
- 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 заданий.
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.