



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

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 28ADE1008DADCD9B47A7D7A392B1730C
Владелец: Копцева Лариса Николаевна
Действителен: с 23.08.2021 до 23.11.2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы предпринимательской деятельности

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

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

Разработчик:

Мандрыкина О.Э. - ГАУ КО «Колледж предпринимательства», преподаватель

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена на заседании отделения предпринимательства, Протокол № 6 от 30.06.2022 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.		
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		

	1.	Характеристика цен на конкретном товарном рынке. Определение типа рынка и выбор метода ценообразования	2	
	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	

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.