

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.02.2022 15:17:47
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА» (ФГБОУ ВО
«ПВГУС»)

Кафедра «Экономика, организация и коммерческая деятельность»

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине «Основы бизнеса»

для студентов направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»
направленности (профиля) «Маркетинг»

Рабочая учебная программа по дисциплине «Основы бизнеса» включена в основную профессиональную образовательную программу направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленности (профиля) «Маркетинг» решением Президиума Ученого совета Протокол № 4 от 28.06.2018 г.

Начальник учебно-методического отдела _____  _____ Н.М.Шемендюк
28.06.2018 г.

Рабочая учебная программа по дисциплине разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Минобрнауки РФ от 12 ноября 2015 г. № 1334.

Составил д.э.н., профессор Башмачникова Е.В., к.э.н., ст. преподаватель Алябьева Е.М.

Согласовано Директор научной библиотеки _____  В.Н.Еремина

Согласовано Начальник управления информатизации _____  В.В.Обухов

Утверждена на заседании кафедры (разработчика) «Экономика, организация и коммерческая деятельность»

Протокол № 10 от «20» 04 2018 г.

Заведующий кафедрой (разработчика) _____  д.э.н., проф. Е. В.Башмачникова
(подпись) (ученая степень, звание, Ф.И.О.)

«20» 04 2018 г.

Согласовано начальник учебно-методического отдела _____  Н.М.Шемендюк

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Основы бизнеса», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Целью изучения дисциплины «Основы бизнеса» является освоение будущими специалистами основ предпринимательской деятельности. Данный курс в соответствии с поставленной целью решает следующие задачи:

- выявляет цели и задачи функционирования предпринимательства;
- позволяет уяснить организационно-правовые аспекты его формирования;
- определяет потребности на перспективу всех факторов коммерческой деятельности и источники их формирования;
- формирует навыки расчета эффективности использования ресурсов в процессе работы предпринимательской фирмы.

В результате изучения курса студент должен:

- уметь определять факторы внешней и внутренней среды, в которой функционирует предпринимательская фирма;
- уметь оценить сильные и слабые стороны бизнеса, возможности и угрозы, вызванные экономической ситуацией, что позволит дать объективную оценку конкретной позиции предпринимателя;
- уметь планировать бизнес;
- уметь определять цели и задачи предприятия;
- уметь строить взаимоотношения с различными институтами рынка и знать принципы их функционирования;
- уметь организовывать коммерческую деятельность предприятия в условиях рыночной экономики.

1.2. В соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована образовательная программа указанного направления подготовки, содержание дисциплины позволит обучающимся решать следующие профессиональные задачи:

Направление подготовки	Профессиональные задачи
38.03.06 «Торговое дело» направленность профиль «Маркетинг»	– выявление, формирование и удовлетворение потребностей; - участие в договорной работе, контроль соблюдения условий заключенных договоров; - соблюдение основных положений действующего законодательства и требований нормативных документов;

	<ul style="list-style-type: none"> - сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью; - составление документации в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной) и проверка правильности ее оформления; - соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров; - выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль их выполнения;
--	---

1.3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код компетенции	Наименование компетенции
1	2
ПК-2	способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
ПК-5	способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами
ПК-6	способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
ПК-15	готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине направленности (профиля) "Маркетинг"

Результаты освоения дисциплины	Технологии формирования компетенции по указанным результатам	Средства и технологии оценки по указанным результатам
Знать: ПК-2 - Основы маркетинга, экономики, складского, бухгалтерского, управленческого учета ПК-5 - Теория управления и модели развития бизнеса организации - Организационная структура	Лекции	Тестирование по теме

<p>организации</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основы менеджмента - Методы управления временем - Принципы корпоративной культуры - Методики бюджетирования - Основы инвестиционного проектирования - Финансовое планирование и бюджетирование <p>ПК-6</p> <ul style="list-style-type: none"> - Принципы ведения деловой переписки и деловых переговоров - Основы межличностных отношений - Этика делового общения <p>ПК-15</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основы управления каналами дистрибуции - Процессное и проектное управление 		
<p>Уметь:</p> <p>ПК-2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Формировать и оптимизировать запасы готовой продукции с учетом специфики товарного рынка <p>ПК-5</p> <ul style="list-style-type: none"> - Осуществлять декомпозицию целей для подразделений - Организовывать контроль выполнения плановых показателей - Организовывать оперативное взаимодействие с персоналом для получения обратной связи по выполнению плана продаж - Оперативно корректировать деятельность отдела по выполнению плана продаж <p>ПК-6</p> <ul style="list-style-type: none"> - Работать с различными группами покупателей и потребителей и агентами влияния - Отбирать поставщиков, обеспечивающих оптимальный ассортимент и стабильные поставки товаров - Взаимодействовать с поставщиками, потребителями и со всеми подразделениями организации - Стимулировать участников системы сбыта товаров, использовать каналы для продвижения <p>ПК-15</p> <ul style="list-style-type: none"> - Анализировать структуру себестоимости товаров 	<p>Практические (семинарские) занятия</p>	<p>Подготовка докладов и рефератов</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Анализировать цепочки поставок товаров, формировать собственные цепочки поставок - Работать с различными типами каналов дистрибуции товаров (франчайзинг, интернет-торговля) в соответствии с особенностями и стратегией предприятия 		
<p>Иметь практический опыт</p> <p>ПК-2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Планирование, организация и контроль торгово-технологических процессов на предприятии <p>ПК-5</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разработка, анализ выполнения и корректировка бюджета подразделения <p>ПК-6</p> <ul style="list-style-type: none"> - Проведение клиентского анализа институциональных покупателей и потребителей - Посещение презентаций, выставок, показов, просмотров и других обзорных мероприятий нового ассортимента производителей товаров <p>ПК-15</p> <ul style="list-style-type: none"> - Анализ ценообразования, каналов распределения и продвижения - Проектирование и построение системы каналов распределения товаров - Оптимизация и проведение оценки рентабельности каналов распределения организаций, работающих на рынке 	<p>Практические (семинарские) занятия</p>	<p>Решение практических заданий</p>

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части.

Освоение осуществляется в 7 семестре студентами очной формы обучения, в 6 семестре - заочной

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Код компетенции(й)
	Предшествующие дисциплины	
1	Коммерческая деятельность	ПК-6, ПК-7, ПК-8
2	Управление маркетингом	ПК-9
	Последующие дисциплины	
1	Прогнозирование деятельности предприятия	ПК-14

3. Объем дисциплины с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Распределение фонда времени по семестрам и видам занятий

Виды занятий	очная форма обучения	заочная форма обучения
Итого часов	108	108
Зачетных единиц	3	3
Лекции (час)	18	4
Практические (семинарские) занятия (час)	28	8
Лабораторные работы (час)	-	-
Самостоятельная работа (час)	62	92
Курсовой проект (работа) (+,-)	-	-
Контрольная работа (+,-)	-	-
Экзамен, семестр /час.	-	-
Зачет (дифференцированный зачет), семестр/час.	7 семестр	6 семестр, 4

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в академических часах)				Средства и технологии оценки
		Лекции, час	Практические (семинарские) занятия, час	Лабораторные работы, час	Самостоятельная работа, час	
7(очн) семестр / 6(заочн)						
1	Тема 1. Бизнес и его среда Основное содержание 1. Сущность, цель и виды бизнеса. 2. Среда бизнеса и ее виды. 3. Условия развития бизнеса.	1/0,2	2/0,5	-	4/6	Подготовка докладов и рефератов, решение практических заданий
2	Тема 2. Система современного бизнеса	1/0,3	2/0,5	-	4/6	Письменный опрос,

	<p>Основное содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Концепция бизнеса. 2. Родовые признаки бизнеса. 3. Субъекты бизнеса. 4. Деловые интересы в бизнесе. 5. Место бизнеса в рыночной экономике. 6. Особенности наёмно-трудового, потребительского, общественно-государственного, частно-государственного бизнеса. 					решение практических заданий
3	<p>Тема 3. Предпринимательство как особая форма экономической активности</p> <p>Основное содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность, цель и принципы предпринимательской деятельности. 2. Классификация предпринимательской деятельности. 3. Государственная поддержка развития предпринимательства. 	1/0,2	2/0,5	-	4/6	Устный опрос, решение практических заданий
4	<p>Тема 4. История возникновения и развития предпринимательства</p> <p>Основное содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Возникновение предпринимательства. 2. Первый этап развития предпринимательства в России. 3. Второй этап развития предпринимательства в России. 4. Третий этап развития предпринимательства в России. 5. Четвертый этап развития предпринимательства в России. 6. Пятый этап развития предпринимательства в России. 7. Шестой этап развития предпринимательства в России. 	1/0,2	2/0,5	-	4/6	Подготовка докладов и рефератов, решение практических заданий
5	<p>Тема 5. Организационно-правовые формы предпринимательства</p> <p>Основное содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Типология предприятий по форме собственности. 2. Типология организаций по степени предпринимательской деятельности. 3. Факторы, влияющие на 	1/0,3	2/0,5	-	4/9	Письменный опрос, решение практических заданий

	выбор типа предприятия.					
6	Тема 6. Интеграция предприятий Основное содержание 1. Типы объединений предприятий. 2. Синдикат. 3. Трест. 4. Концерн. 5. Ассоциация. 6. Холдинг. 7. Финансово-промышленные группы.	1/0,3	2/0,5	-	4/7	Устный опрос, решение практических заданий
7	Тема 7. Организация управления бизнесом Основное содержание 1. Содержание и сущность системы управления в бизнесе. 2. Система управления: её подсистемы и основные элементы. 3. Методы и принципы системы управления, характерные для бизнеса. 4. Типы структур управления. Их преимущества и недостатки.	2/0,3	2/0,5	-	6/7	Подготовка докладов и рефератов, решение практических заданий
8	Тема 8. Бизнес-план предприятия: сущность, структура, характеристика основных разделов Основное содержание 1. Понятие бизнес-плана и его содержание. 2. Структура бизнес-плана. 3. Содержание основных разделов бизнес-плана.	2/0,2	2/0,5	-	6/9	Письменный опрос, подготовка докладов и рефератов,
9	Тема 9. Понятие и виды коммерческих связей в бизнесе Основное содержание 1. Сущность и содержание коммерческой связи. 2. Основные признаки классификации коммерческих связей.	1/0,5	2/1	-	4/9	Устный опрос, решение практических заданий
10	Тема 10. Организация сбытовой деятельности в бизнесе Основное содержание 1. Цель и задачи системы сбыта. 2. Стимулирование сбыта готовой продукции в бизнесе. 3. Каналы распространения	2/0,5	2/1	-	6/9	Письменный опрос, решение практических заданий

	готовой продукции. Типы посредников в каналах распространения, их характеристика.					
11	Тема 11. Финансы в бизнесе Основное содержание 1. Источники финансирования бизнеса. 2. Планирование финансов. 3. Определение уровня безубыточности. 4. Прогноз движения наличности. 5. Оборотный капитал и управление денежными средствами.	2/0,5	2/1	-	4/6	Устный опрос, решение практических заданий
12	Тема 12. Кадры в бизнесе Основное содержание 1. Сущность и характеристика человеческих ресурсов. 2. Критерии подбора кадров. 3. Оценка результатов работы персонала. 4. Основные принципы эффективного управления персоналом в бизнесе.	1/0,5	2/1	-	4/6	Письменный опрос, решение практических заданий
13	Тема 13. Информационное обеспечение бизнеса Основное содержание 1. Теория информации в бизнесе. 2. Виды информации, их характеристика. 3. Основные требования, предъявляемые к информации.	1/-	2/-	-	4/3	
14	Тема 14. Безопасность бизнеса Основное содержание 1. Понятие безопасности и рисков в бизнесе. 2. Обеспечение безопасности бизнеса. 3. Коммерческая тайна и защита информации. 4. Служба безопасности: структура и функции.	1/-	2/-	-	4/3	
	Промежуточная аттестация по дисциплине	18/4	28/8	-	62/92	Дифференцированный зачет

4.2.Содержание практических (семинарских) занятий

№	Наименование темы практических (семинарских) занятий	Объем часов	Форма проведения
---	--	-------------	------------------

7(очн) семестр / 6(заочн),			
1	Занятие 1. «Бизнес и его среда»	2/0,5	Подготовка докладов и рефератов, решение практических заданий
2	Занятие 2. «Система современного бизнеса»	2/0,5	Письменный опрос, решение практических заданий
3	Занятие 3. «Предпринимательство как особая форма экономической активности»	2/0,5	Устный опрос, решение практических заданий
4	Занятие 4. «История возникновения и развития предпринимательства»	2/0,5	Подготовка докладов и рефератов, решение практических заданий
5	Занятие 5. «Организационно-правовые формы предпринимательства»	2/0,5	Письменный опрос, решение практических заданий
6	Занятие 6. «Интеграция предприятий»	2/0,5	Устный опрос, решение практических заданий
7	Занятие 7. «Организация управления бизнесом»	2/0,5	Подготовка докладов и рефератов, решение практических заданий
8	Занятие 8. «Бизнес – план предприятия: сущность, структура, характеристика основных разделов»	2/0,5	Письменный опрос, подготовка докладов и рефератов,
9	Занятие 9. «Понятие и виды коммерческих связей в бизнесе»	2/1	Устный опрос, решение практических заданий
10	Занятие 10. «Организация сбытовой деятельности в бизнесе»	2/1	Письменный опрос, решение практических заданий
11	Занятие 11. «Финансы в бизнесе»	2/1	Устный опрос, решение практических заданий
12	Занятие 12. «Кадры в бизнесе»	2/1	Письменный опрос, решение практических заданий
13	Занятие 13. «Информационное обеспечение бизнеса»	2/-	Устный опрос, решение практических заданий
14	Занятие 14. «Безопасность бизнеса»	2/-	Письменный опрос, решение практических заданий
Итого за семестр		28/8	

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Технологическая карта самостоятельной работы студента

Код реализуемой компетенции	Вид деятельности студентов (задания на самостоятельную работу)	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов
1	2	3	4	8
ПК-2, ПК-5, ПК-6, ПК-15	Изучение и конспектирование дополнительной литературы в соответствии с программой курса	Конспект	Тест	10/20
	Самостоятельное решение заданий по заданию преподавателя	Решение задач	Аналитический отчет	12/16
	Подготовка рефератов и эссе на заданную тему	Реферат, эссе	Презентация	10/16
	Составление схем, таблиц, ребусов,	Индивидуальное	Портфолио	8/14

	кроссвордов для систематизации учебного материала	задание		
	Ответы на контрольные вопросы	Конспект	Устный опрос, Тест	6/14
	Составление глоссария, кроссворда или библиографии по конкретной теме	Глоссарий, кроссворд	Экономический диктант	6/12
	Участие в научных и практических конференциях	Статья	Выступление на конференции	10/-
Итого за семестр				62/92

Содержание заданий для самостоятельной работы

Темы рефератов (письменных работ, эссе, докладов, статей)

1. Рынок: сущность, структура и механизм функционирования.
2. Организационные основы и правовое регулирование бизнеса.
3. Планирование деятельности коммерческого предприятия, структура и содержание бизнес-плана.
4. Мотивация труда в системе бизнеса.
5. Менеджмент, виды и основные элементы его организационных структур.
6. Научно-технический прогресс и культура бизнеса.
7. Налоговое регулирование развития бизнеса.
8. Внешнеэкономическая деятельность и валютные операции в бизнесе.
9. Потребительский рынок и поведение покупателей.
10. Содержание и направления деятельности в сфере бизнеса.
11. Нравственные проблемы предпринимательства.
12. Малый бизнес за рубежом.
13. Конкуренция в сфере бизнеса.
14. Обеспечение экономической безопасности бизнеса.
15. Психология и бизнес.
16. Семейный бизнес в России и за рубежом.
17. Эволюция развития бизнеса в нашей стране и за рубежом.
18. Факторинг и форфейтинг в малом бизнесе.
19. Роль финансово – кредитных институтов в развитии предпринимательства.
20. Экология и предпринимательство: взаимовлияние и взаимопроникновение.

Перечень примерных контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы по дисциплине

Тема 1. Бизнес и его среда

1. Что представляет собой теоретическая база маркетинга?
2. Чем объяснить достаточно широкий диапазон определений маркетинга в современной экономической литературе?
3. Что Вы понимаете под маркетингом и как трактуют сущность маркетинга сотрудники известного Вам предприятия?
4. Какие основные цели преследует маркетинговая концепция управления предприятием?
5. Какие связи существуют между маркетинговыми целями и целями предприятия?
6. Какие основные принципы Вы выделите в маркетинговом подходе к управлению предприятием?

Тема 2. Система современного бизнеса

1. Какие основные виды маркетинга Вам известны?
2. Какие виды маркетинга характерны для управления известного Вам предприятия?
3. Раскройте содержание маркетинговой деятельности предприятия.
4. Как Вы представляете основные методы маркетинговой деятельности?
5. Какие функции управления являются специфичными для маркетинговой деятельности?
6. Почему аналитическая функция является основой практического маркетинга?
7. Сформулируйте задачи маркетинга, соответствующие различным состояниям спроса на рынке.
8. Опишите основные составляющие системы маркетинговой информации и перечислите этапы проведения маркетингового исследования.
9. Из чего складывается и как взаимодействует между собой внешняя и внутренняя маркетинговая среда?
10. Что Вы знаете о методах сбора и обработки информации при проведении маркетинговых исследований?

Тема 3. Предпринимательство как особая форма экономической активности

1. Что представляет собой иерархия маркетинговых стратегических решений?

2. Охарактеризуйте корпоративные маркетинговые решения, на какие группы они разделяются?
3. Опишите направления маркетинговых решений на функциональном уровне.
4. Охарактеризуйте группы маркетинговых решений на инструментальном уровне.

Тема 4. История возникновения и развития предпринимательства

1. Можете ли Вы назвать наиболее эффективные маркетинговые стратегии? Почему «да» или почему «нет»?
2. Каковы основные требования к разработке маркетинговых стратегий?
3. Какой маркетинговой стратегии или варианта их комбинирования придерживается известное Вам предприятие?
4. Каковы этапы разработки маркетинговой стратегии и их последовательность?

Тема 5. Организационно-правовые формы предпринимательства

1. Прокомментируйте утверждение: «Целевой рынок – точка приложения маркетинга».
2. Какие факторы являются важными при определении целевого рынка?
3. Какой рынок является целевым для известного Вам предприятия?
4. Что нужно изучать, чтобы знать рынок?
5. Как исследовать конкуренцию на рынке?
6. Как связаны между собой понятия «сегментация рынка» и «дифференциация товара»?

Тема 6. Интеграция предприятий

1. Что означает необходимость сегментации под «давлением рынка»?
2. В чем заключается процедура сегментирования?
3. В чем заключаются основные требования к выбору рыночного сегмента?
4. Какова процедура позиционирования?
5. Каким образом, учитывая предпочтения покупателей, а также другие факторы, целесообразно позиционировать товар?
6. Выделите цели и этапы разработки стратегии в системе позиционирования.

Тема 7. Организация управления бизнесом

1. В чем отличие товара по замыслу от товара в реальном исполнении?
2. Каким способом предприятие может получить товар-новинку?
3. Что характеризует новый товар?

4. Каковы составляющие товарной политики предприятия?
5. Какие функции выполняет упаковка товара?

Тема 8. Бизнес-план предприятия: сущность, структура, характеристика основных разделов

1. Назовите фазы жизненного цикла товара и маркетинговые стратегии, характерные для каждой из них.
2. Как предприятие может повлиять на форму кривой жизненного цикла товара?
3. Раскройте содержание товара и товарной политики в маркетинге с позиции удовлетворения потребностей потребителя.
4. Какие ключевые факторы определяют покупку товаров предприятия с позиции потребительских характеристик: качество, цена, функциональные возможности, упаковка, дизайн, технические характеристики?
5. Что означает понятие «брендинг»? Раскройте содержание технологии планирования брендинга – выделите основные этапы.

Тема 9. Понятие и виды коммерческих связей в бизнесе

1. Объясните назначение цены как средства организации продажи и обеспечения рентабельности предприятия?
2. Каким образом цена должна решать задачи предприятия, касающиеся его прибыли или возмещения инвестиций?
3. В каких случаях предприятие сможет придерживаться стратегии «снятия сливок»? Приведите примеры из практики.

Тема 10. Организация сбытовой деятельности в бизнесе

1. В каких случаях предприятие может предоставлять скидки с цены?
2. Какие ценовые стратегии применяют предприятия в маркетинговой практике на товарных рынках?
3. Какие стратегии ценообразования в маркетинге необходимо использовать для достижения конкурентных преимуществ?
4. В чем заключаются корпоративные и маркетинговые функции цены?
5. Какую роль выполняет цена во взаимодействии со всеми элементами комплекса маркетинга?
6. Каковы преимущества и недостатки стимулирующего ценообразования?

Тема 11. Финансы в бизнесе

1. Как и с учетом каких факторов устанавливают исходные цены на товары?
2. Охарактеризуйте факторы, влияющие на уровень цен.
3. В чем состоят методы расчета цен. Опишите последовательность расчетов.

Тема 12. Кадры в бизнесе

1. Что представляет собой предельная цена?
2. На чем основано количественное измерение чувствительности к цене?

Тема 13. Информационное обеспечение бизнеса

1. Какие мероприятия включает сбытовая политика?
2. Как Вы понимаете сущность товародвижения?
3. Перечислите виды оптовых посредников.
4. Раскройте признаки, по которым оцениваются торговые посредники.
5. Какими видами каналов сбыта может пользоваться предприятие? Каковы критерии их выбора?

Тема 14. Безопасность бизнеса

1. Какова роль оптовой и розничной торговли в распределении товаров?
2. В чем заключаются цель и основные задачи политики распределения?
3. Какие функции выполняют каналы распределения в комплексе маркетинга?
4. Что представляют собой каналы распределения по уровням охвата рынка?
5. Какие существуют формы организационных структур в каналах распределения и чем они определяются?

Изучение рекомендуемой литературы

1. Лапуста, М. Г. Предпринимательство [Электронный ресурс] : учеб. по упр. дисциплинам / М. Г. Лапуста. - Изд. испр. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 384 с. : ил. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=545254>.
2. Филимонова, Н. М. Экономика и организация малого и среднего бизнеса [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов по направлениям подгот. бакалавриата 38.03.01 "Экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.04 "Гос. и муницип. упр." / Н. М.

Филимонова, Н. В. Моргунова, Е. С. Ловкова. - 2-е изд., доп. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 222 с. : ил., табл.

3. Учебно-методический комплекс по дисциплине "Основы бизнеса" [Электронный ресурс] : для студентов направления подгот. 38.03.06 "Торговое дело" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВПО "ПВГУС"), Каф. "Экономика, орг. и коммер. деятельность" ; сост. И. М. Сафарова. - Документ Adobe Acrobat. - Тольятти : ПВГУС, 2015. - 1,71 МБ, 116 с. - Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru>.

4. Синяева, И. М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. для экон. вузов по направлению "Экономика" и специальности "Маркетинг" / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев под ред. Л. П. Дашкова. - 3-е изд. - Документ Bookread2. - М. : Дашков и К, 2013. - 266 с. : ил. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=411383>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Иновационные образовательные технологии

Вид образовательных технологий, средств передачи знаний, формирования умений и практического опыта	№ темы / тема лекции	№ практического (семинарского) занятия/наименование темы
Лекция-дискуссия	<u>Тема 7.</u> Организация управления бизнесом	-
Обсуждение проблемной ситуации		<u>Тема 8.</u> Бизнес-план предприятия: сущность структура, характеристика основных разделов
Компьютерные симуляции	-	-
Деловая (ролевая игра)		=
Разбор конкретных ситуаций		<u>Тема 10.</u> Организация сбытовой деятельности в бизнесе
Психологические и иные тренинги	-	-

Слайд-лекции	<u>Тема 1. Бизнес и его среда</u> <u>Тема 2. Система современного бизнеса</u>	
--------------	--	--

В начале семестра студентам необходимо ознакомиться с технологической картой дисциплины, выяснить, какие результаты освоения дисциплины заявлены (знания, умения, практический опыт). Для успешного освоения дисциплины студентам необходимо выполнить задания, предусмотренные рабочей учебной программой дисциплины и пройти контрольные точки в сроки, указанные в технологической карте (раздел 11). От качества и полноты их выполнения будет зависеть уровень сформированности компетенции и оценка текущей успеваемости по дисциплине. По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации, если это предусмотрено технологической картой дисциплины. Списки учебных пособий, научных трудов, которые студентам следует прочесть и законспектировать, темы практических занятий и вопросы к ним, вопросы к экзамену (зачету) и другие необходимые материалы указаны в разработанном для данной дисциплины учебно-методическом комплексе.

Основной формой освоения дисциплины является контактная работа с преподавателем - лекции, практические занятия, лабораторные работы (при наличии в учебном плане), консультации (в том числе индивидуальные), в том числе проводимые с применением дистанционных технологий.

По дисциплине часть тем (разделов) изучается студентами самостоятельно. Самостоятельная работа предусматривает подготовку к аудиторным занятиям, выполнение заданий (письменных работ, творческих проектов и др.) подготовку к промежуточной аттестации (экзамену (зачету)).

На лекционных и практических (семинарских) занятиях вырабатываются навыки и умения обучающихся по применению полученных знаний в конкретных ситуациях, связанных с будущей профессиональной деятельностью. По окончании изучения дисциплины проводится промежуточная аттестация (экзамен, (зачет)).

Регулярное посещение аудиторных занятий не только способствует успешному овладению знаниями, но и помогает организовать время, т.к. все виды учебных занятий распределены в семестре планомерно, с учетом необходимых временных затрат.

6.1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на практических (семинарских) занятиях

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- обсуждение вопросов в аудитории, разделенной на группы 6 - 8 обучающихся либо индивидуальных;
- выполнение практических заданий, задач;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Содержание заданий для практических занятий

Темы письменных работ, эссе, докладов и т.п.

1. Сущность, цель, виды и субъекты бизнеса.
2. Среда бизнеса и ее виды.
3. Условия развития бизнеса.
4. Концепция бизнеса.
5. Родовые признаки бизнеса.
6. Деловые интересы в бизнесе.
7. Место бизнеса в рыночной экономике.
8. Особенности наёмно-трудового, потребительского, общественно-государственного, частно-государственного бизнеса.
9. Сущность, цель и принципы предпринимательской деятельности.
10. Классификация предпринимательской деятельности.
11. Государственная поддержка развития предпринимательства.
12. Возникновение предпринимательства.
13. Первый этап развития предпринимательства в России.
14. Второй этап развития предпринимательства в России.
15. Третий этап развития предпринимательства в России.
16. Четвертый этап развития предпринимательства в России.
17. Пятый этап развития предпринимательства в России.
18. Шестой этап развития предпринимательства в России.
19. Типология предприятий по форме собственности.
20. Типология организаций по степени предпринимательской деятельности.
21. Факторы, влияющие на выбор типа предприятия.
22. Типы объединений предприятий: синдикат и трест.

23. Типы объединений предприятий: концерн и ассоциация.

Задания, задачи (ситуационные, расчетные и т.п.)

Вопросы (тест) для самоконтроля

1. Организация управления предполагает решение двух основных вопросов:
 - А) организация или создание структуры управления компании, распределение полномочий;
 - Б) организация и управление маркетинговой политикой на предприятии;
 - В) организация и управление стратегическим развитием предприятия.

2. Сектор образует самую разветвленную сеть предприятий, действующих на местных рынках и связанных с массовым потребителем товаров и услуг:
 - А) крупный бизнес;
 - Б) средний бизнес;
 - В) малый бизнес;

3. Основные требования, предъявляемые к структуре управления:
 - А) оперативность, оптимальность, экономичность;
 - Б) своевременность, рациональность, эффективность;
 - В) направленность, достоверность, компетентность.

4. Оперативность – это:
 - А) число ступеней управления следует свести до минимума. Чем больше ступеней, тем менее эффективно управление;
 - Б) достигается путем конкретного разделения управленческого труда;
 - В) управленческие решения необходимо принимать быстро. С учётом этого требования следует распределять права и ответственность.

5. Методы системы управления:
 - А) иерархичности, оперативности, преемственности, комфортности, ритмичности;
 - Б) экономические, организационные, социально-психологические, правовые;
 - В) техника управления, функции управления, процессы управления.

6. Это система приемов и способов воздействия на производство путем использования экономическим законов, товарно-денежных отношений для создания условий, обеспечивающих достижение высоких результатов деятельности предприятия (финансирование, кредитование):
 - А) организационный метод;
 - Б) социально-психологический метод;
 - В) экономические методы.

7. Метод основан на использовании механизма, действующего в коллективе, в состав которого входит роль и статус личности, система взаимоотношений, создание положительного климата в коллективе:

- А) организационный метод;
- Б) социально-психологический метод;
- В) экономические методы.

8. Это система, являющаяся объектом управления:

- А) управляющая подсистема;
- Б) элементы системы управления;
- В) управляемая подсистема.

9. Организация управления финансовыми потоками, в целях наибольшей эффективности использования капитала и получения максимальной прибыли:

- А) система управления;
- Б) бизнес;
- В) финансовый менеджмент.

10. На какие категории делят источники финансирования?

- А) постоянные и переменные;
- Б) собственные и заемные;
- В) текущие и краткосрочные.

11. Собственные источники финансирования:

- А) личные средства, средства партнёров, амортизация;
- Б) кредиты поставщиков, страховое возмещение, венчурный капитал;
- В) кредиты под акт, правительственные программы, банковский кредит.

12. Это форма долгосрочной аренды, связанная с передачей в пользование оборудования, транспортных средств и др. движимого и недвижимого имущества:.

- А) факторинг;
- Б) лизинг;
- В) франчайзинг.

13. Это способы воздействия на коллективы и отдельных работников с целью осуществления координации их деятельности в процессе производства:

- А) техника управления;
- Б) функции управления;
- В) методы и принципы управления.

14. Что относится к факторам косвенного воздействия на функционирование фирмы?

- А) конкуренты;
- Б) политические события;
- В) законы;
- Г) партнеры.

15. Как изменяются затраты на единицу товара с увеличением объемов производства?

- А) уменьшаются;
- Б) увеличиваются;
- В) остаются неизменными;
- Г) все варианты верны.

16. Минимально допустимый объем производства - это:

- А) когда издержки превышают доход;
- Б) когда издержки равны доходам;
- В) когда доход превышает издержки;
- Г) все варианты верны.

17. Совокупность главных целей фирмы и способов достижения этих целей - это:

- А) тактика фирмы;
- Б) миссия фирмы;
- В) стратегия фирмы;
- Г) принцип фирмы.

18. Способ обеспечения исполнения обязательства, в соответствии с которым поручитель (третье лицо) обязывается перед кредитором другого лица отвечать за исполнение перед ним его обязательства полностью или в части – это:

- А) залог;
- Б) поручительство;
- В) банковская гарантия;
- Г) задаток.

19. Конкретное целостное знание о целесообразности и возможности заниматься определенным видом предпринимательской деятельности, а также четкое осознание цели такой деятельности, путей и средств ее достижения – это:

- А) предпринимательская деятельность;
- Б) предпринимательская идея;
- В) предпринимательский выбор;
- Г) предпринимательское решение.

20. В каком документе закрепляются правовая форма предприятия, его права и обязанности?

- А) учредительный договор;
- Б) устав;
- В) протокол;
- Г) акт.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (дифференцированный зачет)

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить уровень сформированности компетенций и результаты освоения дисциплины, представлены следующими

компонентами:

Код оцениваемой компетенции (или ее части)	Этап формирования компетенции	Тип контроля	Вид контроля	Количество Элементов
ПК-2, ПК-5, ПК-6, ПК-15	1	текущий	Письменный опрос	5
	2	текущий	Тестирование	5
	3	текущий	Тестирование	5
	4	текущий	Тестирование	5
	5	текущий	Письменный опрос	5
	6	текущий	Тестирование	5
	7	текущий	Тестирование	5
	8	текущий	Тестирование	5
	9	текущий	Тестирование	5
	10	текущий	Письменный опрос	5
	11	текущий	Тестирование	5
	12	текущий	Письменный опрос	5
	13	текущий	Контрольная работа Тестирование	10 10
	14	промежуточный	Компьютерный тест	Не менее 80

7.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Результаты освоения дисциплины направленности (профиля) "Маркетинг"	Оценочные средства (перечень вопросов, заданий и др.)
<p>Знать:</p> <p>ПК-2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основы маркетинга, экономики, складского, бухгалтерского, управленческого учета <p>ПК-5</p> <ul style="list-style-type: none"> - Теория управления и модели развития бизнеса организации Организационная структура организации - Основы менеджмента - Методы управления временем - Принципы корпоративной культуры - Методики бюджетирования - Основы инвестиционного проектирования - Финансовое планирование и бюджетирование 	<p>1. Предпринимательская деятельность в Российской Федерации может осуществляться:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) только зарегистрированными в установленном порядке лицами; б) только официальными представителями организаций; в) любыми лицами; г) в РФ предпринимательская деятельность запрещена. <p>2. Предпринимательской деятельностью не считается:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) деятельность, направленная на получение прибыли, но носящая разовый характер; б) услуги по частному репетиторству; в) деятельность филиалов организаций; г) деятельность, направленная на систематическое получение прибыли, но осуществляемая некоммерческими организациями. <p>3. Главной задачей любой предпринимательской</p>

<p>ПК-6</p> <ul style="list-style-type: none"> - Принципы ведения деловой переписки и деловых переговоров - Основы межличностных отношений - Передовой российский и зарубежный опыт в области автомобилестроения - Этика делового общения <p>ПК-15</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основы управления каналами дистрибуции - Процессное и проектное управление 	<p>деятельности является:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) максимизация доходов; б) удовлетворение потребностей клиентов; в) минимизация расходов и максимизация доходов; г) минимизация издержек; д) сохранение и усиление конкурентоспособности. <p>4. Какой документ не выдается при государственной регистрации юридического лица?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) свидетельство о государственной регистрации; б) свидетельство о постановке на учет в налоговом органе; в) выписка из государственного реестра юридических лиц; г) разрешение на изготовление печати. <p>5. Для обеспечения высокой эффективности бизнеса необходимо:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) преумножать собственность, не заботясь о ее сохранении; б) заботиться только о сохранении собственности; в) производить куплю-продажу собственности с целью получения спекулятивной прибыли; г) стремиться сохранять и преумножать собственность; д) предоставлять собственность в доверительное управление сторонним специалистам. <p>6. Предпринимательство, связанное с реализацией произведенной продукции, доведением ее до потребителя на основе купли-продажи. Оно выполняет товарно-денежные и торгово-обменные операции на основе соглашений по купле-продаже или перепродаже товаров и услуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) производственное предпринимательство; б) коммерческо-торговое; в) финансово-кредитное предпринимательство. <p>7. С точки зрения позитивной концепции бизнеса бизнесмен:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) всеми силами стремится удовлетворить потребности общества; б) стремится удовлетворить свои личные интересы и тем самым удовлетворяет потребности общества; в) пытается преследовать свои личные интересы, но интересы общества всегда побеждают; г) стремится удовлетворить интересы всех своих партнеров по бизнесу; д) вынужден всегда подчиняться интересам общества. <p>8. С точки зрения прагматической концепции бизнес является:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) производным элементом экономики; б) нежелательным, но вынужденным элементом жизни
--	--

	<p>общества;</p> <p>в) необходимым элементом экономики;</p> <p>г) составляющим экономики любой страны;</p> <p>д) элементом, обеспечивающим высокий уровень развития экономики.</p> <p>9. С точки зрения критической концепции, бизнес влияет на благосостояние общества следующим образом:</p> <p>а) ухудшает;</p> <p>б) делит общество на сильно дифференцированные классы;</p> <p>в) сглаживает имущественное неравенство в обществе;</p> <p>г) бизнес не влияет на благосостояние общества;</p> <p>д) повышает.</p> <p>10. Согласно прагматической концепции бизнеса, интересы общества и предпринимателей соотносятся следующим образом:</p> <p>а) интересы общества и предпринимателей объединены;</p> <p>б) интересы предпринимателей отделены от интересов общества;</p> <p>в) интересы предпринимателей преобладают над интересами общества;</p> <p>г) интересы общества преобладают над интересами предпринимателей;</p> <p>д) государство подавляет интересы и общества, и предпринимателей.</p> <p>11. В соответствии с позитивной концепцией, бизнес:</p> <p>а) приводит к безработице;</p> <p>б) принуждает людей работать на благо общества;</p> <p>в) побуждает добровольно работать на благо предпринимателя;</p> <p>г) принуждает людей работать на благо предпринимателя;</p> <p>д) побуждает добровольно работать на благо общества.</p>												
<p>Уметь:</p> <p>ПК-2</p> <p>- Формировать и оптимизировать запасы готовой продукции с учетом специфики товарного рынка</p> <p>ПК-5</p> <p>- Осуществлять декомпозицию целей для подразделений</p> <p>- Организовывать контроль выполнения плановых показателей</p> <p>- Организовывать оперативное взаимодействие с персоналом для получения обратной связи по</p>	<p>1. Определите, какая из организационно-правовых форм в наибольшей степени соответствует характеру деятельности предприятия. Заполните таблицу.</p> <table border="1" data-bbox="719 1697 1452 2063"> <thead> <tr> <th data-bbox="719 1697 1074 1809">Характер деятельности</th> <th data-bbox="1074 1697 1452 1809">Возможная организационно-правовая форма</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="719 1809 1074 1845">Хлебозавод</td> <td data-bbox="1074 1809 1452 1845"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="719 1845 1074 1881">Дом моделей</td> <td data-bbox="1074 1845 1452 1881"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="719 1881 1074 1917">Ремонтная мастерская</td> <td data-bbox="1074 1881 1452 1917"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="719 1917 1074 1995">Завод измерительных приборов</td> <td data-bbox="1074 1917 1452 1995"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="719 1995 1074 2063">Учебное заведение гуманитарного</td> <td data-bbox="1074 1995 1452 2063"></td> </tr> </tbody> </table>	Характер деятельности	Возможная организационно-правовая форма	Хлебозавод		Дом моделей		Ремонтная мастерская		Завод измерительных приборов		Учебное заведение гуманитарного	
Характер деятельности	Возможная организационно-правовая форма												
Хлебозавод													
Дом моделей													
Ремонтная мастерская													
Завод измерительных приборов													
Учебное заведение гуманитарного													

<p>выполнению плана продаж</p> <ul style="list-style-type: none"> - Оперативно корректировать деятельность отдела по выполнению плана продаж <p>ПК-6</p> <ul style="list-style-type: none"> - Работать с различными группами покупателей и потребителей и агентами влияния - Отбирать поставщиков, обеспечивающих оптимальный ассортимент и стабильные поставки товаров - Взаимодействовать с поставщиками, потребителями и со всеми подразделениями организации - Стимулировать участников системы сбыта товаров, использовать каналы для продвижения <p>ПК-15</p> <ul style="list-style-type: none"> - Анализировать структуру себестоимости товаров - Анализировать цепочки поставок товаров, формировать собственные цепочки поставок - Работать с различными типами каналов дистрибуции товаров (франчайзинг, интернет-торговля) в соответствии с особенностями и стратегией предприятия 	<table border="1" data-bbox="719 147 1453 271"> <tr> <td data-bbox="719 147 1075 192">профиля</td> <td data-bbox="1075 147 1453 192"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="719 192 1075 230">ВНИИ</td> <td data-bbox="1075 192 1453 230"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="719 230 1075 271">Торговля</td> <td data-bbox="1075 230 1453 271"></td> </tr> </table> <p>2. Для того чтобы активизировать работу российских предприятий по экспортным поставкам продукции и её продажи за рубежом, необходим постоянный партнер, например в виде совместного акционерного общества. Привлечение партнеров на внешнем рынке требует подготовки рекламной документации, участия в выработке рекомендаций для повышения качества товаров, заключения договоров с предприятиями на поставку крупных партий товаров, организации производства новых товаров, пользующихся спросом.</p> <p>Вопрос: В данной ситуации, какие функции должен принять на себя зарубежный партнер?</p>	профиля		ВНИИ		Торговля	
профиля							
ВНИИ							
Торговля							
<p>Иметь практический опыт</p> <p>ПК-2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Планирование, организация и контроль торговых-технологических процессов на предприятии <p>ПК-5</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разработка, анализ выполнения и корректировка бюджета подразделения <p>ПК-6</p> <ul style="list-style-type: none"> - Проведение клиентского анализа институциональных покупателей и потребителей - Посещение презентаций, выставок, показов, просмотров и других обзорных мероприятий нового ассортимента производителей товаров <p>ПК-15</p> <ul style="list-style-type: none"> - Анализ ценообразования, 	<p>1. Сформируйте миссию и цели организации для предприятий, работающих в сферах:</p> <ol style="list-style-type: none"> горнодобывающей промышленности; промышленного машиностроения; фармацевтической промышленности; химической промышленности; консалтинговой; пищевой промышленности; финансово-кредитной. <p>2. Товароборот предприятия по годам составляет в 2013 г. – 29064,75 тыс.руб., 2014 г. – 32964,35 тыс.руб., 2015 г. – 35852,04 тыс.руб. Рассчитать: 1) абсолютный прирост товарооборота отчетного года к базисному 2) темп роста товарооборота отчетного года к базисному 3) темп прироста товарооборота отчетного года к базисному 4) значение 1-го процента прироста товарооборота отчетного года к базисному .</p> <p>3. План товарооборота на год 4000 тыс. руб., в том</p>						

каналов распределения и продвижения - Проектирование и построение системы каналов распределения товаров - Оптимизация и проведение оценки рентабельности каналов распределения организаций, работающих на рынке	числе доля IV квартала 20%. Фактический товарооборот за 9 месяцев 3000 тыс. руб. Сложившийся процент выполнения плана товарооборота в IV квартале за предшествующие годы 110%. Определите ожидаемое выполнение товарооборота.
---	---

7.2. Методические рекомендации к определению процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Рабочая учебная программа дисциплины содержит следующие структурные элементы:

- перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (далее – задания). Задания по каждой компетенции, как правило, не должны повторяться.

Требования по формированию задания на оценку ЗНАНИЙ:

- обучающийся должен воспроизводить и объяснять учебный материал с требуемой степенью научной точности и полноты;
- применяются средства оценивания компетенций: тестирование, вопросы по основным понятиям дисциплины и т.п.

Требования по формированию задания на оценку УМЕНИЙ:

- обучающийся должен решать типовые задачи (выполнять задания) на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решения;
- применяются следующие средства оценивания компетенций: простые ситуационные задачи (задания) с коротким ответом или простым действием, упражнения, задания на соответствие или на установление правильной последовательности, эссе и другое.

Требования по формированию задания на оценку навыков и (или) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

- обучающийся должен решать усложненные задачи (выполнять задания) на основе приобретенных знаний, умений и навыков, с их применением в определенных ситуациях;

- применяются средства оценивания компетенций: задания требующие многошаговых решений как в известной, так и в нестандартной ситуациях, задания, требующие поэтапного решения и развернутого ответа, ситуационные задачи, проектная деятельность, задания расчетно-графического типа. Средства оценивания компетенций выбираются в соответствии с заявленными результатами обучения по дисциплине.

Процедура выставления оценки доводится до сведения обучающихся в течение месяца с начала изучения дисциплины путем ознакомления их с технологической картой дисциплины, которая является неотъемлемой частью рабочей учебной программы по дисциплине.

В результате оценивания компетенций на различных этапах их формирования по дисциплине студенту начисляются баллы по шкале, указанной в рабочей учебной программе по дисциплине.

7.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Успешность усвоения дисциплины характеризуется качественной оценкой на основе листа оценки сформированности компетенций, который является приложением к зачетно-экзаменационной ведомости при проведении промежуточной аттестации по дисциплине.

Критерии оценивания компетенций

Компетенция считается сформированной, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует *повышенному уровню* сформированности компетенции.

Компетенция считается сформированной, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует *пороговому уровню* сформированности компетенции.

Компетенция считается несформированной, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, не демонстрирует необходимых умений, доля невыполненных заданий, предусмотренных рабочей учебной программой составляет 55 %, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует *допороговому уровню*.

Шкала оценки уровня освоения дисциплины

Качественная оценка может быть выражена: в процентном отношении качества усвоения дисциплины, которая соответствует баллам, и переводится в уровневую шкалу и оценки «отлично» / 5, «хорошо» / 4, «удовлетворительно» / 3, «неудовлетворительно» / 2, «зачтено», «не зачтено». Преподаватель ведет письменный учет текущей успеваемости студента в соответствии с технологической картой по дисциплине.

Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности компетенций

Шкалы оценки уровня сформированности компетенции (й)		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
<i>Уровневая шкала оценки компетенций</i>	<i>100 балльная шкала, %</i>	<i>100 балльная шкала, %</i>	<i>5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл</i>	<i>недифференцированная оценка</i>
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
пороговый	61-85,9	70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Лапушта, М. Г. Предпринимательство [Электронный ресурс] : учеб. по упр. дисциплинам / М. Г. Лапушта. - Изд. испр. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 384 с. : ил. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=545254>.
2. Филимонова, Н. М. Экономика и организация малого и среднего бизнеса [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов по направлениям подгот. бакалавриата 38.03.01 "Экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.04 "Гос. и муницип. упр." / Н. М. Филимонова, Н. В. Моргунова, Е. С. Ловкова. - 2-е изд., доп. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 222 с. : ил., табл.
3. Учебно-методический комплекс по дисциплине "Основы бизнеса" [Электронный ресурс] : для студентов направления подгот. 38.03.06 "Торговое дело" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВПО "ПВГУС"), Каф. "Экономика, орг. и коммер. деятельность" ; сост. И. М. Сафарова. - Документ Adobe Acrobat. - Тольятти : ПВГУС, 2015. - 1,71 МБ, 116 с. - Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru>.

Дополнительная литература

4. Беляева, О. А. Предпринимательское право [Текст] : учеб. пособие / О. А. Беляева под ред. В. Б. Ляндреса. - М. : КонтрактИНФРА-М, 2006. - 262 с.
5. Грибов, В. Д. Основы бизнеса [Текст] : учеб. пособие по экон. специальностям / В. Д. Грибов. - М. : Финансы и статистика, 2005. - 159 с. : ил.
6. Жилинский, С. Э. Предпринимательское право (правовая основа предпринимательской деятельности) [Текст] : учеб. для вузов по специальности "Юриспруденция" / С. Э. Жилинский. - 7-е изд., перераб. и доп. - М. : НОРМА, 2006. - 935 с.
7. Организация предпринимательской деятельности [Текст] : учеб. пособие для вузов "Экономика и упр. на предприятии (по отраслям)" / А. Н. Романов [и др.] под ред. В. Я. Горфинкеля [и др.]. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 525 с. : ил.
8. Основы бизнеса [Текст] : учеб. для экон. специальностей вузов под ред. Ю. Б. Рубина. - 9-е изд. - М. : Маркет ДС, 2007. - 319 с. : ил.
9. Предпринимательство [Текст] : учеб. для экон. специальностей вузов / М. Г. Лапушта [и др.] [под ред. М. Г. Лапусты] ; Гос. ун-т упр. - 4-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2007. - 666 с.

8.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины

Интернет-ресурсы:

1. BOOK. RU [Электронный ресурс] : электрон. б-ка. - Режим доступа: <http://www.book.ru/>. - Загл. с экрана.
2. За партой. РУ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://za-partoj.ru/d/econ/econ285.htm>. - Загл. с экрана.
3. Издательский дом Гребенникова [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.grebennikon.ru. - Загл. с экрана.
4. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru/>. - Загл. с экрана.
5. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/>. - Загл. с экрана.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Краткая характеристика применяемого программного обеспечения

№ п/п	Программный продукт	Характеристика	Назначение при освоении дисциплины
1	Microsoft Word	Текстовый процессор, предназначенный для создания, просмотра и редактирования текстовых документов, с локальным применением простейших форм таблично-матричных алгоритмов.	Подготовка студентами докладов и рефератов по представленной тематике, оформления самостоятельных работ
2	Microsoft PowerPoint	Программа подготовки презентаций и просмотра презентаций, являющаяся частью Microsoft Office и доступная в редакциях для операционных систем Microsoft Windows и Mac OS.	Воспроизведение презентаций, подготовленных студентами в рамках предложенных тем научных докладов и рефератов
3	Microsoft Excel	Широко распространенная компьютерная программа. Нужна она для проведения расчетов, составления таблиц и диаграмм, вычисления	Проведение практических занятий, подготовка студентами докладов и рефератов по представленной тематике,

		простых и сложных функций.	решение домашних заданий.
--	--	----------------------------	---------------------------

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

10.1. Специально оборудованные кабинеты и аудитории

№	Наименование оборудованных учебных кабинетов и (или) аудиторий	Основное специализированное оборудование
1	Аудитория бизнес-проектирования коммерческой деятельности, логистики и маркетинга, лекционная аудитория.	Перечень основного оборудования: комплект мультимедийного проекционного оборудования (экран Draper Luma, проектор Sanyo PLC), комплект учебной мебели на 120 посадочных мест

