

**Аннотация по дисциплине**  
**Б1.В.ДВ.01.02 МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО**

Для программы подготовки бакалавров «Маркетинг в торговле», «Маркетинг услуг»  
направления 38.03.06 «Торговое дело»  
**заочной формы обучения**

**Объем трудоемкости:** 3 зачетных единиц (108 часов, из них 12 часов аудиторной нагрузки: лекционных 6 часов, практических 6 часов; 92 часа – самостоятельной работы).

**Цель дисциплины** – изучить и сформировать у студентов представление о бизнесе в целом. В курсе «Малое предпринимательство» рассматриваются сущность и особенности бизнеса в рыночной экономике; раскрывается понятие бизнеса как системы, связь бизнеса с экономикой, политикой, законодательством; рассмотрены организационные и правовые формы предпринимательских фирм в России; показывается, как осуществляется создание и регистрация коммерческой фирмы; выявляются ключевые факторы успеха. В условиях рынка возникла необходимость в развитии малого и среднего бизнеса. Руководство страны уделяет особое внимание развитию малого предпринимательства в России. В ходе изучения данного курса студенты учатся (тренируются) создавать фирмы, предварительно просчитав экономический эффект. Курс «Малое предпринимательство» закладывает у студентов основы создания собственного предприятия и развивает предпринимательские навыки.

Базовый курс «Малое предпринимательство» дает возможность изучить бизнес-среду, ее сущность и содержание.

**Задачи дисциплины:**

- Овладеть знаниями бизнесе в целом;
- Изучить инфраструктуру и стратегии бизнеса;
- Понять роль торговли в общей бизнес-среде;
- Понять принципы и роль бизнес-планирования в эффективности предпринимательского начала;
- Овладеть практическими навыками создания коммерческого предприятия;
- Сформировать представление о бизнес-процессах и бизнесе в целом.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Малое предпринимательство» относится к вариативной части Блока 1 Дисциплины по выбору образовательной программы бакалавриата направления «Торговое дело», программ «Маркетинг в торговле» и «Маркетинг услуг» и является дисциплиной по выбору. Ее изучение запланировано в 1 семестре, 1 курса.

Дисциплина «Малое предпринимательство» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и основывается на дисциплинах «Экономическая теория», «Малое предпринимательство», «Социальная психология и психология бизнеса». Ее успешное освоение предполагает параллельное изучение дисциплин «Математика», «Правоведение», «Мировая экономика». В свою очередь дисциплина «Основы бизнеса» является базой для изучения таких дисциплин как «Коммерческая деятельность», «Поведение потребителей», «Экономика организаций», «Маркетинг» и «Правовое регулирование профессиональной деятельности».

## Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-1, ПК-2, ПК-5.

### Конкретизация стандартных компетенций в курсе «Малое предпринимательство»

Индекс	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ОК - 1	способность использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные экономические понятия, законы и теории исторического развития общества;</li> <li>- роль бизнеса в национальной экономике;</li> <li>- собственную социальную значимость</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать главные этапы и закономерности исторического развития;</li> <li>- оценивать и анализировать внешнюю среду для принятия решения об открытии нового предприятия.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитическими методами для оценки бизнес-среды.</li> </ul>
ПК - 2	способность осуществлять управленческие торговые-технологические процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	<ul style="list-style-type: none"> <li>- современные тенденции в развитии управленческой теории;</li> <li>- управленческие методики принятия решения;</li> <li>- процесс организации и регистрации, а также реорганизации предпринимательской фирмы</li> <li>- общую характеристику процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ориентироваться в вопросах управления предприятием; его материальными ресурсами, финансами, персоналом;</li> <li>- ориентироваться в вопросах управления товарными запасами: хранения, инвентаризации и складирования;</li> <li>- ориентироваться в вопросах производства товара или предоставления услуги по выбранному направлению деятельности.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитическими методами для оценки бизнес-среды;</li> <li>- методами экономической теории, умениями расчета экономических показателей;</li> <li>- методами математического анализа и моделирования, математическим аппаратом при решении профессиональных проблем.</li> </ul>
ПК - 5	способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	<ul style="list-style-type: none"> <li>- роль и значение коллективной деятельности;</li> <li>- понятия корпоративной культуры;</li> <li>- современные тенденции в развитии управленческой теории;</li> <li>- роль дисциплины в эффективной деятельности каждого сотрудника и, в</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работать в команде;</li> <li>- своевременно объединить собственные усилия с участниками коллектива ради достижения поставленной цели;</li> <li>- снисходительно относиться к ошибкам сотрудников коллектива;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- коммуникативными техниками общения;</li> <li>- качествами толерантности и терпимости;</li> <li>- принципами организации коллектива для выполнения поставленных задач;</li> <li>- умением применять принципы методы</li> </ul>

Индекс	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
		частности, самодисциплины.	- организовать коллектив для достижения поставленных целей.	менеджмента в профессиональной деятельности;

### Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины приведены в таблице.

#### Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в курс «Малое предпринимательство»	10	2			8
2	Сущность и типы бизнеса	12				12
3	Предпринимательская фирма. Принципы бизнеса.	14		2		12
4	Организационные основы бизнеса	14	2			12
5	Бизнес-планирование в бизнесе	22	2	2		18
6	Организация и регистрация предпринимательской фирмы	16		2		14
7	Реорганизация фирмы. Ликвидация. Банкротство.	16				16
	<b>ИТОГО:</b>	<b>104</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>92</b>

**Курсовые проекты или работы:** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: презентации по всем темам.

**Вид аттестации:** зачет

#### Основная литература

1. Малое предпринимательство: организация, управление, экономика [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / под ред. В. Я. Горфинкеля. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2011. - 348 с. : ил. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 342-348. - ISBN 9785955801377. - ISBN 9785160038629 – 3 экз.

2. Малое предпринимательство: организация, экономика, управление [Текст] : учебное пособие / под ред. А. Д. Шеремета. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 480 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 477-478. - ISBN 9785160034966 – 1 экз.
3. Воронкова, О.В. Основы бизнеса : учебное пособие / О.В. Воронкова. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 135 с. - ISBN 978-5-7782-2266-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228839>
4. Основы бизнеса : учебно-практическое пособие / С.А. Бочаров, А.А. Иванов, С.Я. Олейников, А.А. Кузьмина. - Москва : Евразийский открытый институт, 2011. - 463 с. - ISBN 978-5-374-00105-1 ; То же [Эл. ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90831>

**Автор:** Чекашкина Н.Р., преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ»