

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»

Объем трудоемкости: 3 зачетных единиц (108 часов, из них 56,2 часа аудиторной нагрузки: лекционных 18 часов, практических 34 часа, КСР 4 часа, ИКР – 0,2 часа; 51,8 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 (модуля) 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 (модулю), 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 её 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 | - основные экономические понятия, законы и теории исторического развития общества; - роль бизнеса в национальной экономике; - собственную социальную значимость | - анализировать главные этапы и закономерности исторического развития; - оценивать и анализировать внешнюю среду для принятия решения об открытии нового предприятия. | - аналитическими методами для оценки бизнес-среды. |
| ПК - 2 | способность 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 | - управленческие методики принятия решения; - процесс организации и регистрации, а также реорганизации предпринимательской фирмы - общую характеристику процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации. | - ориентироваться в вопросах управления предприятием; его материальными ресурсами, финансами, персоналом; - ориентироваться в вопросах управления товарными запасами: хранения, инвентаризации и складирования; - ориентироваться в вопросах производства товара или предоставления услуги по выбранному направлению деятельности. | - методами экономической теории, умениями расчета экономических показателей; - методами математического анализа и моделирования, математическим аппаратом при решении профессиональных проблем; - методами инвентаризации, умением определять и минимизировать материальные и трудовые ресурсы; - методами учета и списания потерь на торговом предприятии. |
| ПК - 5 | способность управлять персоналом организации (предприятия), готовно- | - роль и значение коллективной деятельности; - понятия корпоративной культуры; | - работать в команде; - своевременно объединить собствен- | - коммуникативными техниками общения; |

| Индекс | Содержание компетенции (или её части) | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны | | |
|--------|---|--|--|--|
| | | знать | уметь | владеть |
| | стью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами | - современные тенденции в развитии управленческой теории; - роль дисциплины в эффективной деятельности каждого сотрудника и, в частности, самодисциплины. | ные усилия с участниками коллектива ради достижения поставленной цели; - снисходительно относиться к ошибкам сотрудников коллектива; - организовать коллектив для достижения поставленных целей. | - качествами толерантности и терпимости; - принципами организации коллектива для выполнения поставленных задач; - умением применять принципы методы менеджмента в профессиональной деятельности; |

Структура дисциплины:

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

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в I 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» | 12 | 2 | 4 | - | 6 |
| 2 | Сущность и типы бизнеса | 10 | 2 | 4 | - | 4 |
| 3 | Предпринимательская фирма. Принципы бизнеса. | 12 | 2 | 4 | - | 6 |
| 4 | Организационные основы бизнеса | 20 | 4 | 6 | - | 10 |
| 5 | Бизнес-планирование в бизнесе | 24 | 4 | 8 | - | 11,8 |
| 6 | Организация и регистрация предпринимательской фирмы | 14 | 2 | 4 | - | 8 |
| 7 | Реорганизация фирмы. Ликвидация. Банкротство. | 12 | 2 | 4 | - | 6 |
| | ИТОГО: | 104 | 18 | 34 | - | 51,8 |

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., ст. преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ»