

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Алейник Станислав Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 01.08.2023 09:41:40

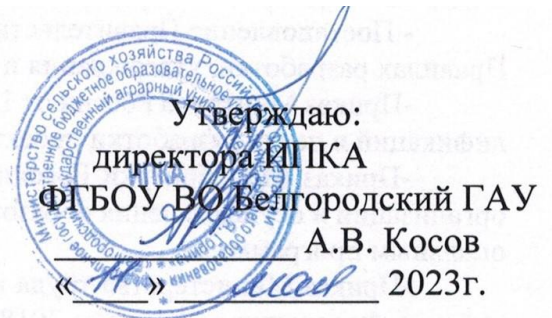
Уникальный программный ключ:

5258223550ea9fbeb23726a1609b644b33d8986ab6255891f288f913a1351fae

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ.В.Я.ГОРИНА»**

Рассмотрено и одобрено
на заседании Ученого совета ИПКА
ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ
«11» мая 2023г.
протокол № 5

Утверждаю:
директора ИПКА
ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ
А.В. Косов
«11» мая 2023г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации**

**«Эффективность развития субъектов малого и среднего
предпринимательства»**

Объем часов: 24 часа

Форма обучения: очная

Майский, 2023

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Нормативно-правовые основания разработки программы

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273 – ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон № 273-ФЗ);
- Постановление Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов»;
- Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;
- Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».
- Приказ Министерства труда и социальной защиты труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 года №366н «Профессиональный стандарт Маркетолог».
- Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих Раздел I. «Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях» должность «Менеджер» (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 № 37) (ред. от 27.03.2018);
- Положение о порядке разработки и утверждения образовательных программ в институте переподготовки и повышения квалификации кадров агробизнеса, утверждено приказом ректора ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ от 30.12.2016;
- Положение об организации итоговой аттестации при реализации дополнительных профессиональных программ, утверждено приказом ректора ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ от 30.12.2016;
- Положение об организации учебного процесса в институте переподготовки и повышения квалификации кадров агробизнеса, утверждено приказом ректора ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ от 30.12.2016

1.2. Требования к слушателям - индивидуальные предприниматели, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Категория слушателей – индивидуальные предприниматели.

1.3. Форма освоения программы - очная

1.4. Цель и планируемые результаты обучения

Целью реализации программы является совершенствование профессиональных компетенций, необходимых для выполнения профессиональной деятельности в рамках имеющейся квалификации по осуществлению управления предпринимательской и маркетинговой деятельностью предприятия с целью разработки и реализации комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающая создание и эффективное управление предпринимательской деятельностью.

Виды профессиональной деятельности и трудовые функции:

Вид профессиональной деятельности	Обобщенная трудовая функция	Уровень квалификации	Основание
08.035 Разработка и реализация комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающая создание и	Управление маркетинговой деятельностью организации	8	Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты

эффективное управление маркетинговой деятельностью			Российской Федерации от 4 июня 2018 года № 366н
Управление предпринимательской или коммерческой деятельностью предприятия, учреждения, организации, направленной на удовлетворение нужд потребителей и получение прибыли за счет стабильного функционирования	Планирование предпринимательской или коммерческой деятельности, осуществление контроля за разработкой и реализацией бизнес-планов и коммерческих условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, оценивание степени возможного риска	6	Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих Раздел I. «Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях» должность «Менеджер» (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 № 37)

Планируемые результаты обучения:

Совершенствуемая профессиональная компетенция	Трудовые действия	Умения	Знания
Управление маркетинговой деятельностью организации	-организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации -создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации	-разрабатывать маркетинговую стратегию организации; -прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации; -разрабатывать маркетинговую стратегию организации	-методика проведения комплексного маркетингового исследования; -методы и стратегии ценообразования; -особенности риск-менеджмента
Управление предпринимательской или коммерческой деятельностью предприятия	-организация и планирование предпринимательской или коммерческой деятельности предприятия; -осуществление контроля за разработкой и реализацией бизнес-планов, заключение соглашений, договоров и контрактов, оценивание степени возможного риска.	-организовать связь с деловыми партнерами, систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом; -осуществлять анализ спроса на производимую продукцию или услуги, прогноз и мотивацию сбыта посредством изучения и оценки потребностей покупателей.	-законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие предпринимательскую и коммерческую деятельность; -конъюнктуру рынка, порядок ценообразования, налогообложения, основы маркетинга; -порядок разработки бизнес-планов и коммерческих условий соглашений, договоров, контрактов.

1.5. Трудоемкость программы – «Эффективность развития субъектов малого и среднего предпринимательства» - 24 часа

2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименования модуля, раздела, темы	Всего часов	Контактная работа, час., в том числе:						Электронное обучение (ЭО), час.			Самостоятельная работа, час.	Стажировка, час.	Форма контроля			
			аудиторная работа, час.			с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ), час.			Лк	ПЗ	Всего			З	Э	МЭ	
			Лк	ПЗ	Всего	Лк	ПЗ	Всего									
1	Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»	4	4	-	4												
2	Система государственного заказа как инструмент поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.	4	4	-	4												
3	Способы расширения торгово-экономических связей. Виды партнерства в бизнесе.	4	4	-	4												
4	Развитие собственных и региональных брендов. Взаимодействие на рынке потребителя., товара и производителя.	4	4	-	4												
5	Создание диалога между бизнесом и властью - необходимый шаг для развития МСП, в условиях «новой нормальности».	2	2	-	2												
6	Эффективные меры поддержки малого и среднего бизнеса	4	4	-	4												
7	Итоговая аттестация	2		-													2
8	ИТОГО:	24	22		22												2

Условные обозначения:

ЛК - лекции

ПЗ- практические занятия

СР – самостоятельная работа

З- зачет

Э- экзамен

МЭ-междисциплинарный экзамен

3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Занятия проводятся 4 дней по 6 академических часов в день в соответствии с расписанием.

№ п/п	Тема занятий	Дни недели				Всего
		1	2	3	4	
1	Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»	4				4
2	Система государственного заказа как инструмент поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.		4			4
3	Способы расширения торгово-экономических связей. Виды партнерства в бизнесе.			4		4
4	Развитие собственных и региональных брендов. Взаимодействие на рынке потребителя., товара и производителя.				4	4
5	Создание диалога между бизнесом и властью - необходимый шаг для развития МСП, в условиях «новой нормальности».	2				2
6	Эффективные меры поддержки малого и среднего бизнеса		2	2		4
7	Итоговая аттестация				2	2
	ИТОГО:	6	6	6	6	24

4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

4.1.ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

4.1.1 Формат программы основан на едином принципе представления содержания образовательной программы и построения учебных планов и содержит один учебный модуль, подчиненный единой цели программы который включает в себя перечень, трудоемкость, последовательность и распределение учебных занятий, иных видов учебной деятельности обучающихся и форм аттестации.

4.2.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.2.1 Обучение по программе осуществляется на основе договора о платных образовательных услугах, заключаемого со слушателем и (или) с физическим или юридическим лицом, обязующимся оплатить обучение лица, зачисляемого на обучение.

Обучение может осуществляться как единовременно и непрерывно, так и поэтапно посредством освоения отдельных разделов программы.

4.2.2. Обучение осуществляется в соответствии с Учебным планом и календарным учебным графиком.

4.3 РЕСУРСЫ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Профессиональный штат педагогических работников института переподготовки и повышения квалификации кадров агробизнеса, приглашенные на условиях почасовой оплаты преподаватели из числа ведущих ученых, руководителей и специалистов органов государственной власти, практиков.

5. СОДЕРЖАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

5.1. АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Наименование разделов, тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности слушателей	Объем аудиторных часов
Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»	-улучшение условий ведения предпринимательской деятельности; -создание цифровой платформы; -совершенствование системы закупок	лекции- 4час.
Система государственного заказа как инструмент поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.	- общие проблемы системы государственных закупок; - Финансовые проблемы; -специфические проблемы участия субъектов малого предпринимательства в государственных закупках	лекции- 4час.
Способы расширения торгово-экономических связей. Виды партнерства в бизнесе.	- Внутреннее партнерство - Виды партнерства в бизнесе - Плюсы и минусы бизнес-партнерства	лекции- 4час.
Развитие собственных и региональных брендов. Взаимодействие на рынке потребителя., товара и производителя.	- Что такое бренд, - Для чего нужен бренд, - Региональный бренд. Существует на одном или нескольких регионах одной страны. - Взаимодействие производителя и потребителя,	лекции- 4час.
Создание диалога между бизнесом и властью - необходимый шаг для развития МСП, в условиях «новой нормальности».	-создание диалога и партнерства, -проблемы бизнеса по оплате контрактов, -разработка и улучшение законодательства, -поддержка инноваций и предпринимательства	лекции- 2час.
Эффективные меры поддержки малого и среднего бизнеса	-проекты по поддержке бизнеса; -социальный контракт; -грантовая поддержка;	лекции- 4час.
Итоговая аттестация	Тестирование	2
Всего часов:		24

6. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

6.1. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

Формой итоговой аттестации по итогам освоения программы является тестирование.

6.2 ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

6.2.1 Итоговая аттестация осуществляется в форме тестирования после освоения всех тем программы и подтверждается оценкой «зачет» или «незачет».

6.2.2 Итоговая аттестация оформляется зачетными ведомостями, в которых отражают результат эффективности обучения слушателей и принимают решение о выдаче слушателям,

успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, удостоверения о повышении квалификации.

6.2.3 Лицам, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть программы и (или) отчисленным из ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому ИПКА

6.2.3 Критерии оценки знаний:

Оценка «зачтено» выставляется при условии правильного ответа слушателя на 51% и более тестовых заданий. Оценка «не зачтено» выставляется при условии правильного ответа слушателя на 50% и менее тестовых заданий

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Нормативная литература:

- 1.Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 27.12.2009) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (принят ГД ФС РФ 06.07.2007) / Статья 4. Категории субъектов малого и среднего предпринимательства.
- 2.Федеральный закон от 21.07.2005 N 94-ФЗ (ред. от 05.05.2010) "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд" (принят ГД ФС РФ 08.07.2005)/ Статья 15. Особенности участия субъектов малого предпринимательства в размещении заказа.
- 3.Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ (ред. от 26.04.2010) "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля" (принят ГД ФС РФ 19.12.2008).
- 4.Указ Президента РФ от 15.05.2008 № 797 "О неотложных мерах по ликвидации административных ограничений при осуществлении предпринимательской деятельности".
- 5.Указ Президента РФ от 29.06.1998 № 730 "О мерах по устранению административных барьеров при развитии предпринимательства".

Основная литература:

1. Долгосрочная областная целевая программа "Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Волгоградской области" на 2009 - 2011 годы // СПС Консультант Плюс. - М.: 2010.
2. Абчук В.А. Курс предпринимательства: учеб./ под ред. - СПб.: Издательство "Альфа", 2007. - 544с., ил
3. Блинов А.О. Малое предпринимательство. Теория и практика. - М.: Эксмо, 2008. - 149 с.
4. Блинов А. Условия регулирования малого бизнеса // Экономист. 2007. №2. - С. 41-47.
5. Булакова И.В. Формы и способы налоговой поддержки малого предпринимательства // Законодательство и экономика. - 2006. - № 7. - С. 66-69.

Дополнительная литература:

1. Основы бизнеса. / Отв. ред. Рубин Ю.Б. - М.: Экономика, 2007. - 354 с.
2. Омельченко Е.В. Предприятие и предпринимательство. Проблемы роста. - М.: Проспект, 2009. - 269 с.
3. Омельченко Е.В. Российское предпринимательство. Проблемы роста. - М.: Проспект, 2008. - 328 с.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

8.1. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Товарная политика предприятия включает в себя:
 - а) создание и запуск в производство новых товаров и исключение из производственной программы товаров, потерявших потребительский спрос
 - б) ценовую политику
 - в) экономическую политику

2. Ресурсы, полученные и контролируемые субъектом в результате событий прошлых периодов, от которых ожидается получение экономической выгоды в будущем:
 - а) пассивы
 - б) активы
 - в) доход

3. Страховой случай наступает после:
 - а) оценки ущерба
 - б) страхового возмещения
 - в) страховой оценки объекта страхования

4. Возможной функцией упаковки конкретного товара, которые необходимо привести в бизнес-плане, является:
 - а) обеспечение роста продаж товара
 - б) обеспечение качества эксплуатации товара
 - в) размещение описания или рекламы товара

5. Возможной функцией упаковки конкретного товара, которые необходимо привести в бизнес-плане, является:
 - а) обеспечение роста продаж товара
 - б) обеспечение удобства использования товара

6. Возможной функцией упаковки конкретного товара, которые необходимо привести в бизнес-плане, является:
 - а) обеспечение качества самого товара
 - б) создание возможности обзора содержимого в упаковке товара
 - в) обеспечение качества эксплуатации товара

7. Товарное предложение представляет собой:
 - а) сумму денежных средств, которую население может предъявить для покупки товаров и оплаты услуг
 - б) вынесенную на рынок платежеспособную потребность населения
 - в) продукт, который уже находится на рынке или может быть на него доставлен

8. Скорость превращения различных ресурсов фирмы в денежную форму, которая оказывает непосредственное влияние на ее ликвидность, платежеспособность и рентабельность:
 - а) оборачиваемость
 - б) оборотность
 - в) оборот

9. Нижний предел цены определяется:
 - а) как сумма себестоимости и затрат на оплату труда
 - б) на уровне себестоимости
 - в) как сумма издержек и минимальной прибыли

10. Покупательский спрос на продукцию (услуги) на рынке в целом и по отдельным товарам, продавцам, регионам характеризуют такой показатель, как:
- а) соотношение спроса и предложения
 - б) степень удовлетворения спроса, вектор его изменения, формы образования спроса, покупательские намерения
 - в) товарная структура товарооборота
11. Покупательский спрос на продукцию (услуги) на рынке в целом и по отдельным товарам, продавцам, регионам характеризуют такой показатель, как:
- а) потребительский потенциал
 - б) соотношение спроса и предложения
 - в) товарная структура товарооборота
12. Вид маркетинга, направленный на снижение чрезмерного спроса на товар или услугу:
- а) премаркетинг
 - б) демаркетинг
 - в) послемаркетинг
13. Стратегия маркетинга, являющаяся составной частью всего стратегического управления предприятием, разрабатывается на основе:
- а) планирования соответствующих работ и мероприятий для достижения целей и выполнения намеченных заданий
 - б) планирования деловой активности предприятия
 - в) кооперации деятельности с деловыми партнерами
14. Стратегия маркетинга, являющаяся составной частью всего стратегического управления предприятием, разрабатывается на основе:
- а) планирования деловой активности предприятия
 - б) кооперации деятельности с деловыми партнерами
 - в) изучения рынка, его количественных и качественных характеристик
15. Убеждающее средство информации о товаре или фирме, коммерческая пропаганда потребительских свойств товара и достоинств деятельности фирмы, готовящая активного и потенциального покупателя к покупке:
- а) реклама
 - б) маркетинг
 - в) представление
16. Такие стратегии не планируются, так как возникают в результате последовательного поведения менеджмента организации:
- а) предписывающие
 - б) эмерджентные
 - в) преднамеренные
17. На такой риск наибольшее влияние оказывают сокращение намеченного объема производства и реализации продукции, превышение плановых материальных и трудовых затрат, снижение цен, брак, дефекты изделий, рекламации и др.:
- а) инвестиционный
 - б) кредитный
 - в) производственный

18. Стандарт «Руководство к своду знаний по управлению проектами» разработан:
- а) ассоциацией инновационного развития и управления проектами Японии
 - б) американским институтом управления проектами (PMI USA)
 - в) международной Ассоциацией Управления Проектами (IPMA)
19. Коэффициент общей платежеспособности – это отношение:
- а) итога баланса к собственному капиталу
 - б) итога баланса к заемному капиталу
 - в) собственного капитала к итогу баланса
20. Метод статистического описания данных (измеренных значений, характерных значений):
- а) распределение товара
 - б) распределение частотности
 - в) распределение средств
21. На сбыт продукции может оказать влияние:
- а) престиж предприятия
 - б) структура баланса
 - в) традиции предприятия
22. Бизнес-план — это документ описывающий:
- а) социальный состав фирмы
 - б) основные аспекты будущей деятельности фирмы
 - в) систему налоговых льгот
23. Коэффициент текущей ликвидности — это соотношение:
- а) текущих активов к долгосрочным пассивам
 - б) заемных средств к собственным средствам
 - в) текущих активов к краткосрочным пассивам
24. Финансовая нестабильность — это ситуация, которая характеризуется:
- а) долгосрочными обязательствами
 - б) неплатежами
 - в) высокой ликвидностью
25. При формировании ассортимента руководствуются:
- а) пропускной способностью оборудования
 - б) квалификацией персонала
 - в) структурой спроса конкретных потребителей
26. План производства включает в себя:
- а) прогнозирование инфляции
 - б) описание производственного процесса
 - в) описание потребительских свойств товара
27. Организационная структура предприятия определяет:
- а) состав и схему производственно-управленческого аппарата
 - б) требования к технике безопасности
 - в) квалифицированный подбор кадров
28. Валовая прибыль — это:

- а) выручка за минусом налогов
- б) выручка за минусом внереализационных расходов
- в) разница между чистой выручкой и себестоимостью без учета косвенных затрат +

29. Активы включают в себя:

- а) основные и оборотные средства
- б) нераспределенную прибыль
- в) краткосрочные займы

30. Оценка риска может производиться с помощью следующего показателя:

- а) норма прибыли на собственный капитал
- б) усредненный отчетный доход
- в) коэффициент покрытия

Составитель программы:

Начальник отдела образовательных программ зооветеринарного направления / _____ / Хохлова Т.А.