

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) ;
- 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 Организация и управление маркетинговой деятельностью | Управление маркетинговой деятельностью организации | 8 | Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года № 366н |
| | Управление предпринимательской или коммерческой деятельностью предприятия, направленной на удовлетворение нужд потребителей и получение прибыли за счет стабильного функционирования | 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 |
|--|---|---|--|
| ПК-1 Формирование маркетинговой стратегии 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 |
| ПК-2 Управление предпринимательской или коммерческой деятельностью предприятия, направленной на удовлетворение нужд потребителей и получение прибыли за счет стабильного функционирования | -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 – «Инструменты повышения эффективности развития субъектов МСП в аграрном кластере Белгородской области» - 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 | Потребность предприятий и организаций региона в квалифицированных кадрах | 4 | 4 | - | 4 | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Совершенствование и внедрение новых образовательных программ с целью обеспечения предприятий и организаций региона квалифицированными кадрами | 2 | 2 | - | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Программы профессиональной переподготовки и повышения квалификации кадров, актуальные для субъектов МСП в аграрном кластере Белгородской области | 4 | 4 | - | 4 | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Финансовые инструменты поддержки МСП | 4 | 4 | - | 4 | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Программы льготного кредитования сельскохозяйственных предприятий | 2 | 2 | - | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Агротуризм – как направление перспективного развития региона | 2 | 2 | - | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Практический опыт реализации механизмов поддержки МСП | 2 | 2 | - | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Я. Семья. Бизнес | 2 | 2 | - | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Контроль знаний (тестирование) | 2 | | - | 2 | | | | | | | | | | 2 | | |
| | Всего часов: | 24 | 22 | | 22 | | | | | | | | | | 2 | | |

3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

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

| № п/п | Тема занятий | Всего | Дни недели | | | |
|-------|--|-----------|------------|----------|----------|----------|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Потребность предприятий и организаций региона в квалифицированных кадрах | 4 | 4 | | | |
| 2 | Совершенствование и внедрение новых образовательных программ с целью обеспечения предприятий и организаций региона квалифицированными кадрами | 2 | | 2 | | |
| 3 | Программы профессиональной переподготовки и повышения квалификации кадров, актуальные для субъектов МСП в аграрном кластере Белгородской области | 4 | | | 4 | |
| 4 | Финансовые инструменты поддержки МСП | 4 | | | | 4 |
| 5 | Программы льготного кредитования сельскохозяйственных предприятий | 2 | 2 | | | |
| 6 | Агротуризм – как направление перспективного развития региона | 2 | | 2 | | |
| 7 | Практический опыт реализации механизмов поддержки МСП | 2 | | | 2 | |
| 8 | Я. Семья. Бизнес | 2 | | 2 | | |
| 9 | Итоговая аттестация (тестирование) | 2 | | | | 2 |
| | Всего часов | 24 | 6 | 6 | 6 | 6 |

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 одновременно 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 |
|--|---|------------------------|
| Потребность предприятий и организаций региона в квалифицированных кадрах | <ul style="list-style-type: none"> - сбор и систематизация региональных нормативных правовых актов и материалов, отражающих механизмы определения потребностей в квалифицированных кадрах; - определение показателей, изучение содержания региональных нормативных правовых актов и материалов, отражающих механизмы определения потребностей в квалифицированных кадрах, в том числе по востребованным и перспективным профессиям | лекции- 4час. |
| Совершенствование и внедрение новых образовательных программ с целью обеспечения предприятий и организаций региона квалифицированными кадрами | <ul style="list-style-type: none"> - внедрение в практику работы современных организационно-управленческих технологий и методов работы; -повышение эффективности профессионального обучения. | лекции- 2час. |
| Программы профессиональной переподготовки и повышения квалификации кадров, актуальные для субъектов МСП в аграрном кластере Белгородской области | <ul style="list-style-type: none"> - разрабатываются примерные образовательные программы, направленные на подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров для субъектов МСП, на основе государственных образовательных стандартов; -создаются условия для повышения профессиональных знаний специалистов, относящихся к социально незащищенным группам населения, совершенствованию их деловых качеств, их новых трудовых функций в области МСП; -оказывается учебно-методологическая, научно-методическая помощь субъектам МСП | лекции- 4час. |
| Финансовые инструменты поддержки МСП | <ul style="list-style-type: none"> -распространение льготных программ на факторинг; -расширение возможностей бизнеса по использованию небанковских источников финансирования; -предоставление малому и среднему бизнесу доступа к сервису «<u>Знай своего клиента</u>» для проверки контрагентов; | лекции- 4час. |

| | | |
|---|--|------------------|
| | -снижение транзакционных издержек благодаря приему оплаты через <u>Систему быстрых платежей</u> | |
| Программы льготного кредитования сельскохозяйственных предприятий | -создание диалога и партнерства, -проблемы бизнеса по оплате контрактов, -разработка и улучшение законодательства, -поддержка инноваций и предпринимательства | лекции- 2час. |
| Агротуризм – как направление перспективного развития региона | -индустрия туризма в современном мире; -классификация агротуризма (сельский туризм, экотуризм, этнотуризм, кулинарный туризм, геотуризм) | лекции- 2час. |
| Практический опыт реализации механизмов поддержки МСП | -анализ стимулов для заемщиков и банков для участия в программах; -инструменты кредитования. | 2 |
| Я. Семья. Бизнес | -популяризация семейного бизнеса в России; -статус и детальная проработка адресных программ поддержки | 2 |
| Итоговая аттестация | Тестирование | 2 |
| Всего | | 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 содержащегося 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 центра образовательных
программ зооветеринарного направления



Хохлова Т.А.