Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и торгового дела

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.16 Основы предпринимательской деятельности»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2024

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.Б.16 Основы предпринимательской деятельности*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга и торгового дела
наименование кафедры

протокол № 6 от "12" февраля 2024 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра маркетинга и торгового дела _____ О.М. Калиева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Доцент _____ М.С. Мантрова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

_____
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью _____ О.М. Калиева
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
_____ Н.Н. Бигалиева /с.А. Бекишимирова
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ Ю.В. Рожкова
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Мантрова М.С., 2024
© ОГУ, 2024

2

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: усвоение студентами теоретических знаний и практических умений и навыков осуществления предпринимательской деятельности.

Задачи:

- получение представлений о целях, задачах и видах предпринимательской деятельности;
- изучение особенностей создания и развития коммерческих предприятий в современных условиях;
- формирование опыта по оценке эффективности предпринимательской деятельности;
- формирование умений по управлению предпринимательскими рисками;
- приобретение практических навыков управления деловыми взаимоотношениями.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.2 Стратегическое планирование рекламной деятельности и связей с общественностью, Б1.Д.В.4 Технологии проведения исследований в рекламе и связях с общественностью, Б1.Д.В.10 Междисциплинарный проект (разработка бренда), Б1.Д.В.11 Междисциплинарный проект (разработка фирменного стиля)*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5-В-2 ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	**Знать:** основные понятия этики и культуры делового общения, нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи **Уметь:** осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки результатов предпринимательской деятельности **Владеть:** навыками адаптации предпринимательской деятельности на рынке медиакоммуникационных

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		систем к изменениям внешней среды
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7-В-1 ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7-В-2 ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	**Знать:** основы социально-ответственного подхода к организации предпринимательской деятельности **Уметь:** оценивать эффекты и последствия своей предпринимательской деятельности **Владеть:** навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	2 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**216**	**216**
Контактная работа:	**53,25**	**53,25**
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	34	34
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; подготовка к практическим занятиям)*	**162,75**	**162,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 2 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Сущность предпринимательства	50	4	8		38
2	Основы построения оптимальной структуры предпринимательской деятельности	50	4	8		38
3	Эффективность и безопасность предпринимательской деятельности	68	6	12		50
4	Деловая этика и культура предпринимательства	48	4	6		38
	Итого:	216	18	34		164
	Всего:	216	18	34		164

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Сущность предпринимательства

Экономическая природа и содержание предпринимательства. Развитие отечественного предпринимательства. Предпринимательство как особый вид деятельности. Цели предпринимательской деятельности. Виды предпринимательской деятельности. Внешняя и внутренняя среда предпринимательства. Правовое регулирование предпринимательской деятельности. Права и обязанности предпринимателей. Лицензирование предпринимательской деятельности. Сущность терминов «организация» и «предприятие». Организационно-правовые формы коммерческих организаций: хозяйственные товарищества, хозяйственные общества, акционерные общества, производственный кооператив, государственные и муниципальные предприятия, некоммерческие организации. Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы организации.

Раздел 2. Основы построения оптимальной структуры предпринимательской деятельности

Организация и развитие собственного дела. Порядок создания нового предприятия. Порядок государственной регистрации предприятия на занятие предпринимательской деятельностью. Учредительные документы предприятия. Формирование уставного фонда. Организационная структура управления. Прекращение деятельности предприятия. Типы коммерческих организаций. Формы интеграции компаний. Организационные цели крупного предпринимательства. Основы формирования предпринимательских сетей. Инновационные предпринимательские сети: технологические парки, полисы. Региональные предпринимательские сети: бизнес-центры, бизнес-инкубаторы.

Раздел 3. Эффективность предпринимательской деятельности

Затраты и финансовые результаты предпринимательской деятельности: затраты, их структура и классификация; управление затратами предпринимательской деятельности; финансовая отчетность предприятия и ее значение; анализ финансово-экономического положения предприятия; анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия. Принципы и методы оценки эффективности предпринимательской деятельности.

Планирование развития субъектов предпринимательской деятельности: понятие бизнес планирования; основные функции бизнес-плана; структура бизнес-плана. Сущность предпринимательского риска. Функции предпринимательского риска. Классификация предпринимательского риска. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска. Процесс управления предпринимательскими рисками. Виды возможных потерь от рисков.

Экономическая безопасность. Враждебные слияния и поглощения. Противостояние рейдерству (захватнической политике). Информационная безопасность. Защита информационных ресурсов и повышение информационной безопасности. Понятие коммерческой тайны. Режим коммерческой тайны.

Раздел 4. Деловая этика и культура предпринимательства

Этика и культура в предпринимательстве. Предпринимательский успех. Инновационная корпоративная культура. Организационно-управленческие инновации.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Экономическая природа и содержание предпринимательства.	2
2	1	Внешняя и внутренняя среда предпринимательской деятельности	2
3	1	Правовое регулирование предпринимательской деятельности.	2
4	1	Организационно-правовые формы коммерческих организаций.	2
5	2	Процесс создания нового предприятия.	2
6	2	Государственная регистрация предприятия.	2
7	2	Организационная структура управления предприятием.	2
8	2	Инновационное предпринимательство.	2
9	3	Затраты и финансовые результаты предпринимательской деятельности	4
10	3	Планирование предпринимательской деятельности.	4
11	3	Процесс управления предпринимательскими рисками.	2
12	3	Информационная безопасность.	2
13	4	Этика и культура в предпринимательстве.	2
14	4	Корпоративная культура и ответственность.	2
15	4	Ведение переговоров в предпринимательской деятельности.	2
		Итого:	34

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э. А. Арустамов. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 229 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709999 (дата обращения: 26.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04958-3. – Текст : электронный.

2. Предпринимательское право : учебник / А. В. Асташкина, А. В. Барков, Ф. О. Вертлиб [и др.] ; под науч. ред. Н. Д. Эриашвили, Р. А. Курбанова ; под общ. ред. Т. В. Дерюгиной, А. В. Туманова. – 9-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2023. – 480 с. – (Dura lex, sed lex). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700175 (дата обращения: 26.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-03651-9. – Текст : электронный.

3. Руденко, Л. Г. Планирование и проектирование организаций : учебник / Л. Г. Руденко. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 240 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684226 (дата обращения: 26.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02497-9. – Текст : электронный.

5.2 Дополнительная литература

1. Нежельченко, Е. В. Корпоративная культура : учебное пособие : [16+] / Е. В. Нежельченко, С. Н. Ясенок. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 72 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602413 (дата обращения: 26.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-2015-7. – Текст : электронный.

2. Фомичев, А. Н. Риск-менеджмент : учебник / А. Н. Фомичев. – 10-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 366 с. : схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711042 (дата обращения: 26.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05406-8. – Текст : электронный.

5.3 Периодические издания

1 Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : ООО «Финпресс».

2 Маркетинг и маркетинговые исследования: журнал. – М.: ЗАО «Издательский дом Гребенникова».

3 Менеджмент в России и за рубежом : журнал. - М. : ООО «Финпресс».

4 Практический маркетинг : журнал. - М. : Агентство «Агентство Би Си Ай Маркетин».

5 Маркетинг услуг: журнал. – М.: ЗАО «Издательский дом Гребенникова».

5.4 Интернет-ресурсы

1. www.marketing.spb.ru - «Энциклопедия маркетинга» — это интернет-проект, направленный на сбор и предоставление учебных, академических и методико-практических материалов студентам, аспирантам, обучающимся на курсах повышения квалификации, а также формирование академических и практических навыков у предпринимателей, менеджеров и топ-менеджеров. Материалы повышают образовательный статус в вопросах теоретического и практического маркетинга, консультирования бизнеса, проведения профессиональных исследований рынков.

2. http://grebennikon.ru – электронная библиотека. Ресурс содержит статьи, опубликованные в специализированных журналах Издательского дома «Гребенников». Имеется раздел по маркетингу и маркетинговым исследованиям. На сегодняшней день в электронной библиотеке представлено свыше 30 периодических изданий. Большинство журналов выпускается более 5 лет.

3. http://www.advertology.ru – информационно-аналитический портал о рекламе, маркетинге, PR

4. https://openedu.ru/course/HSE/MARK - «Открытое образование», Каталог курсов, МООК: «Маркетинг»

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Операционная система РЕД ОС

2. Пакет офисных приложений LibreOffice

3. Программная система для организации видео-конференц-связи MTS Link

4. Яндекс.Браузер - браузер, созданный компанией «Яндекс» на основе движка (бесплатная версия) Режим доступа: https://browser.yandex.ru.

5. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2024]. – Режим доступа в сети ОГУ: http://garant.net.osu.ru

6. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2024].

7. http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.