

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА»

Кафедра «Информационные технологии в графике и дизайне»

«СОГЛАСОВАНО»
Декан факультета АИГУ
_____/ С.И. Холопов
«__» _____ 20__ г

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор РОПиМД
_____/ А.В. Корячко
«__» _____ 20__ г

Заведующий кафедрой ИТГД
_____/ Р.М. Ганеев
«__» _____ 20__ г

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.01.02 «Предпринимательство»**

Специальность
54.05.03 Графика

Специализация
«Художник анимации и компьютерной графики»

Уровень подготовки
специалитет

Квалификация выпускника – художник анимации и компьютерной графики

Формы обучения – очно-заочная

Рязань 2019 г

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа по дисциплине «Предпринимательство» является составной частью основной профессиональной образовательной программы по специальности 54.05.03 Графика, разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 54.05.03 Графика, утвержденным приказом Минобрнауки России № 1428 от 16.11.2016.

Разработчики

к.э.н., доцент, кафедры ГМКУ

С.Ю. Чикина

ст. преподаватель кафедры ГМКУ

О.Г. Такижбаева

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Государственного, муниципального и корпоративного управления (протокол № ____ от __ . __ 201__ г.).

Заведующий кафедрой ГМКУ

д.э.н., профессор

С.В. Перфильев

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа по дисциплине «Предпринимательство» является составной частью основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) специалитета «Графика», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.05.03 Графика (специалитет), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 16.11.2016 г. № 1428. Программа предназначена для студентов, обучающихся по основной профессиональной образовательной программе (далее – ОПОП) «Графика» (уровень специалитета).

Целью освоения дисциплины «Предпринимательство» является ознакомление студентов с основными принципами предпринимательства, а также получение теоретических знаний продвижению товаров и услуг, стимулированию сбыта.

Для решения поставленных целей определены следующие задачи:

- получение системы знаний о предпринимательстве и маркетинге во всех проявлениях;
- систематизация и закрепление практических навыков и умений по реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности экономиста-менеджера на предприятии;
- изучение методов и технологий маркетинговых коммуникаций;
- овладение студентами базовыми знаниями в области маркетинга и предпринимательства.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

<i>Коды компетенций</i>	<i>Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций</i>	<i>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине</i>
ПК-14	способность учитывать в анализе явлений искусства политические, социальные, собственно культурные и экономические факторы	<u>Знать:</u> понятие внешней и внутренней среды, Основные принципы маркетинга. <u>Уметь:</u> анализировать комплекс современных проблем предприятия <u>Владеть:</u> методами PEST -анализа
ПК-23	способность использовать приобретенные знания для популяризации изобразительного искусства, скульптуры и художественного творчества, проводить экскурсии, выступать с лекциями, сообщениями, оформлять выставки, художественные экспозиции	<u>Знать:</u> особенности фирменного стиля, брендинга, особенности рекламы. <u>Уметь:</u> создавать логотипы, фирменные константы, <u>Владеть:</u> навыками представления результатов творчества с позиций маркетинга, их продвижения и рекламы
ПСК-131	способностью использовать приобретенные знания для популяризации художественного творчества в сфере кино и телевидения, проводить экскурсии, выступать с лекциями и сообщениями об истории изобразительного искусства, кино и телевидения, художественной деятельности в сфере анимации	<u>Знать:</u> особенности фирменного стиля, брендинга, особенности рекламы. <u>Уметь:</u> создавать логотипы, фирменные константы, <u>Владеть:</u> навыками представления результатов творчества с позиций маркетинга, их продвижения и рекламы в сфере анимации

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Предпринимательство» относится к вариативной части блока Блока 1 дисциплин основной профессиональной образовательной программы специалитета «Графика» по специальности 54.05.03 Графика ФГБОУ ВО РГРТУ. Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре и базируется на знаниях, полученных в ходе изучения дисциплины «Экономика».

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины по очно-заочной форме обучения составляет 3 зачетных единицы (ЗЕ), 108 часов.

Вид учебной работы	Очно-заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины, в том числе:	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе:	16
Лекции	8
Лабораторные занятия	–
Практические занятия	8
Самостоятельная работа обучающихся (всего), в том числе:	83
Курсовая работа / курсовой проект	–
Консультации в семестре	–
Самостоятельные занятия	83
Подготовка к промежуточной аттестации	9
Вид промежуточной аттестации обучающихся	Зачет

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Раздел дисциплины (модуля)	Содержание
Тема 1. Предпринимательство: природа, цели и задачи	История предпринимательства. Предпринимательство как вид деятельности. Бизнес-план. Проектирование изделия. Разработка технологического процесса.
Тема 2. Правовые основы предпринимательства	Закон о предпринимательстве. Формы собственности. Договор как основа предпринимательской деятельности
Тема 3. Маркетинговое исследование	Понятие «маркетинг». Спрос и предложение. Назначение маркетингового исследования. План маркетингового исследования.
Тема 4. Сегментирование рынка	Определение и назначение сегмента рынка. Характерные черты рынка. Сегменты рынка. Позиционирование товара (услуг) на рынке. Выбор целевого рынка.
Тема 5. Ценообразование	Себестоимость товара. Прямые и косвенные затраты. Цена и себестоимость. Методы ценообразования. Ценовые стратегии предприятия. Тактические решения по ценам.
Тема 6. Доход, прибыль, рентабельность предприятия	Финансовая деятельность предприятия. Понятия доход, прибыль, рентабельность. Прибыль как источник расширения производства.
Тема 7. Менеджмент	Понятие о менеджменте, его целях и задачах. Организационная структура предприятия. Этика деловой активности.
Тема 8. Маркетинговые решения по распределению товаров (услуг)	Каналы распределения: назначение, уровни, организация, критерии оценки эффективности. Посредники, их функции и мотивы.

Раздел дисциплины (модуля)	Содержание
	вация. Товародвижение: решения по обработке заказов, созданию запасов готовой продукции, ее хранению, транспортировке. Логистические подходы в маркетинге.
Тема 9. Продвижение товара (услуг)	Типы и структура коммуникаций предприятия, их цели, планирование и бюджет. Реклама: виды и средства. Порядок разработки и бюджет рекламы. Паблик рилейшенз и товарная пропаганда. Персональные (личные) продажи. Методы персональных продаж. Стимулирование сбыта, стратегические и тактические формы стимулирования.

4.2. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

Тематический план

Тема	Общая трудоемкость, всего часов	Контактная работа обучающихся с преподавателем				Самостоятельная работа обучающихся	Подготовка к промежуточной аттестации
		всего	лекции	Семинары, практические занятия	Другие виды		
Тема 1. Предпринимательство: природа, цели и задачи	14	4	2	2		9	1
Тема 2. Правовые основы предпринимательства	10					9	1
Тема 3. Маркетинговое исследование	14	4	2	2		9	1
Тема 4. Сегментирование рынка	14	4	2	2		9	1
Тема 5. Ценообразование	10					9	1
Тема 6. Доход, прибыль, рентабельность предприятия	10					9	1
Тема 7. Менеджмент	10					9	1
Тема 8. Маркетинговые решения по распределению товаров (услуг)	11					10	1
Тема 9. Продвижение товара (услуг)	15	4	2	2		10	1
Итого	108	16	8	8	–	83	9

Виды практических и самостоятельных работ

Тема	Вид занятий*	Содержания	Часы
Тема 1. Предпринимательство: природа, цели и задачи	СР	Изучение конспекта лекций и подготовка к текущему тестированию	5
			5

Тема	Вид за- нятий*	Содержания	Часы
Тема 2. Правовые основы предпринимательства	КТР	Изучение дополнительных материалов по теме Подготовка к промежуточной аттестации	1
	ПР КТР	Кейсы по теме Подготовка к промежуточной аттестации	2 1
Тема 3. Маркетинговое исследование Тема 4. Сегментирование рынка	КТР	Подготовка к промежуточной аттестации	1
	СР	Изучение конспекта лекций и подготовка к текущему тестированию Подготовка к практическим занятиям	4 5
Тема 5. Ценообразование Тема 6. Доход, прибыль, рентабельность предприятия	СР	Изучение конспекта лекций и подготовка к текущему тестированию	9
	ПР КТР	Ситуационные задачи Подготовка к промежуточной аттестации	2 1
Тема 7. Менеджмент Тема 8. Маркетинговые решения по распределению товаров (услуг)	ПР	Решение задач	2
	СР	Изучение конспекта лекций Подготовка к практическим занятиям	4 5
	КТР	Подготовка к промежуточной аттестации	1
Тема 9. Продвижение товара (услуг)	КТР	Подготовка к промежуточной аттестации	1
	СР	Изучение конспекта лекций Подготовка к практическим занятиям	5 6
Тема 6. Маркетинговые решения по новому продукту	СР	Изучение конспекта лекций и подготовка к текущему тестированию	4
	КТР	Чтение научно-практических журналов Подготовка к промежуточной аттестации	5 1
	ПР	Ситуационные задачи	
Тема 7. Маркетинговые решения по ценообразованию	КТР	Подготовка к промежуточной аттестации	1
	СР	Изучение конспекта лекций и подготовка к текущему тестированию	9
Тема 8. Маркетинговые решения по распределению товаров (услуг)	СР	Изучение конспекта лекций и подготовка к текущему тестированию	9
	КТР	Подготовка к промежуточной аттестации	1

Тема	Вид занятий*	Содержания	Часы
Тема 9. Продвижение товара(услуг)	СР	Изучение конспекта лекций и подготовка к текущему тестированию	9
	ПР	Решение задач	2
	КТР	Подготовка к промежуточной аттестации	1

* СР – самостоятельная работа, ПР – практические занятия

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Сайт российской ассоциации маркетинга (РАМ).-Режим доступа: <http://www.ram.ru/>
2. Маркетинг: учебное пособие (Т.С.Бронникова,Г.С.Чернявский)-Режим доступа: <http://studentam.net/content/view/499/58/>
3. Маркетинг: Курс лекций (Басовский Л.Е.)-Режим доступа: <http://studentam.net/content/view/497/58/>
4. Методическое обеспечение дисциплины (см. приложение «Методическое обеспечение по дисциплине «Маркетинг»).

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств приведен в приложении к рабочей программе дисциплины (см. приложение 1 «Оценочные материалы по дисциплине «Предпринимательство»).

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

а)основная литература:

1. Делятицкая А.В. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.В. Делятицкая, А.В. Косова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Российский государственный университет правосудия, 2016. — 120 с. — 978-5-93916-506-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65864.html>
2. Дихтль Е.Практический маркетинг-М.:Высш.школа:ИНФРА-М,1996г. – 12 экз. в БФ РГРТУ
3. Маркетинг: толковый терминологический словарь-справочник-М.:ИНФОКОНТ,1991-224с. – 7 экз. в БФ РГРТУ.
4. Крылова Г.Д.Практикум по маркетингу: ситуационные задачи и тест-контроль.Уч.пособие-М.:Банки и биржи,ЮНИТИ,1995-240с. – 9 экз. в БФ РГРТУ.

б)дополнительная литература:

5. Накарякова В.И. Совершенствование маркетинговой деятельности промышленного предприятия [Электронный ресурс] / В.И. Накарякова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 104 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/50625.html>
6. Афонасова М.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.А. Афонасова. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2015. — 106 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72119.html>
7. Управление маркетингом на предприятии [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О.С. Елкина [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 264 с. — 978-5-7779-1994-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59667.html>

8. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий региона на основе инновационно-маркетинговых технологий [Электронный ресурс] : коллективная монография / Г.П. Бутко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Научный консультант, 2016. — 230 с. — 978-5-9908220-2-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75355.html>

9. Арженовский И.В. Маркетинг регионов [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» и «Экономика» / И.В. Арженовский. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 135 с. — 978-5-238-02219-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52497.html>

10. Комлев Е.Б. Математические методы в маркетинге [Электронный ресурс] : курс лекций / Е.Б. Комлев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2014. — 124 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39681.html>

11. Черченко Н.В. Основы маркетинга [Электронный ресурс] : ответы на экзаменационные вопросы / Н.В. Черченко. — Электрон. текстовые данные. — Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2014. — 112 с. — 978-985-7067-94-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28170.html>

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. АО «Российская венчурная компания»: официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.rvc.ru/>

2. Сайт российской ассоциации маркетинга (РАМ).- официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.ram.ru/>

3. Национальная ассоциация бизнес-ангелов: официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://rusangels.ru/naba/index>

4. АО «Особые экономические зоны»: официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.russez.ru>

5. Министерство экономического развития Российской Федерации: официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections>

Обучающимся предоставлена возможность индивидуального доступа к следующим электронно-библиотечным системам:

– Электронно-библиотечная система «Лань», режим доступа – с любого компьютера РГРТУ без пароля. — URL: <https://e.lanbook.com/>

– Электронно-библиотечная система «IPRbooks», режим доступа – с любого компьютера РГРТУ без пароля, из сети интернет по паролю. — URL: <https://iprbookshop.ru/> .

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Описание последовательности действий студента («сценарий изучения дисциплины»)

1) написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины;

2) подготовка к практическим занятиям: необходимо изучить рекомендованные преподавателем источники (основную и дополнительную литературу, интернет-ресурсы) и выполнить подготовительные задания;

3) при изучении дисциплины очень полезно самостоятельно изучать материал, который еще не прочитан на лекции, не применялся на практическом занятии. Тогда лекция будет гораздо понятнее. Однако легче при изучении курса следовать изложению материала на лекции. Для понимания материала и качественного его усвоения рекомендуется такая последовательность действий:

– после прослушивания лекции и окончания учебных занятий, при подготовке к занятиям следующего дня, нужно сначала просмотреть и обдумать текст лекции, прослушанной сегодня (10-15 минут).

- при подготовке к следующей лекции, нужно просмотреть текст предыдущей лекции (10-15 минут),
- в течение периода времени между занятиями выбрать время (минимум 1 час) для самостоятельной работы, проверить термины, понятия с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

9.2. Рекомендации по работе с литературой

Теоретический материал курса становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучается и дополнительная рекомендованная литература (законодательство, научные и публицистические статьи и др.). Литературу по курсу рекомендуется изучать в библиотеке или с помощью сети Интернет (источники, которые могут быть скачены без нарушения авторских прав).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

При реализации программы дисциплины «Основы маркетинга» применяются элементы электронного обучения, под которым понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. При проведении занятий по дисциплине используются следующие элементы электронного обучения:

- удаленные информационные коммуникации между студентами и преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия, посредством электронной почты, позволяющие осуществлять оперативный контроль графика выполнения и содержания контрольных заданий, решение организационных вопросов, удаленное консультирование;
- поиск актуальной научной, статистической и общественно-политической информации для выполнения самостоятельной работы и контрольных заданий;
- доступ к современным профессиональным базам данных (в том числе международным реферативным базам данных научных изданий) и информационным справочным системам.

В учебном процессе применяются следующие информационные технологии:

- чтение лекций;
- выполнение студентами заданий с использованием лицензионного или свободно распространяемого программного обеспечения, установленного на рабочих местах студента в компьютерных классах и в помещениях для самостоятельной работы, а также для выполнения самостоятельной работы в домашних условиях.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

- операционная система Windows;
- антивирусное ПО;
- свободный пакет офисных приложений Open Office (лицензия ALv2, совместимая с GNU GPL v3). – Режим доступа: <http://www.openoffice.org/ru/>.

Перечень профессиональных баз данных (в том числе международным реферативным базам данных научных изданий) и информационных справочных систем:

- Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.garant.ru>. – Режим доступа: свободный доступ.
- Справочная правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – URL:

<http://www.consultant.ru/online/>. – Режим доступа: свободный доступ (будние дни – 20.00-24.00, выходные и праздничные дни – круглосуточно);

– Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа: доступ по паролю.

– Реферативная база данных Web of Science (WoS) [Электронный ресурс]. – URL: [https://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=C4cfXSE5AT2U5WhFAGI&preferencesSaved =](https://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=C4cfXSE5AT2U5WhFAGI&preferencesSaved=). – Режим доступа: доступ по паролю.

– Реферативная база данных Scopus [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.scopus.com/freelookup/form/author.uri>. – Режим доступа: доступ по паролю.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для освоения дисциплины необходимы следующие материально-технические ресурсы:

1) аудитория для проведения лекционных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная маркерной (меловой) доской, средствами отображения презентаций (мультимедийный проектор, экран, компьютер/ноутбук, лицензионное или свободно-распространяемое программное обеспечение);

2) компьютерный класс для проведения практических занятий и самостоятельной работы, оснащенный индивидуальной компьютерной техникой с подключением к локальной вычислительной сети и сети Интернет, с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА»**

Кафедра «Информационные технологии в графике и дизайне»

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Б1.В.ДВ.01.02 «Предпринимательство»**

Специальность
54.05.03 Графика

Специализация
«Художник анимации и компьютерной графики»

Уровень подготовки
специалитет

Квалификация выпускника – художник анимации и компьютерной графики

Формы обучения – очно-заочная

Рязань 2019 г

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Оценочные материалы – это совокупность учебно-методических материалов (контрольных заданий, описаний форм и процедур проверки), предназначенных для оценки качества освоения обучающимися данной дисциплины как части ОПОП.

Цель – оценить соответствие знаний, умений и владений, приобретенных обучающимся в процессе изучения дисциплины, целям и требованиям ОПОП в ходе проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Основная задача – обеспечить оценку уровня сформированности универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Контроль знаний обучающихся проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости проводится с целью определения степени усвоения учебного материала, своевременного выявления и устранения недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по совершенствованию методики преподавания учебной дисциплины, организации работы обучающихся в ходе учебных занятий и самостоятельной работы, оказания им индивидуальной помощи.

К контролю текущей успеваемости относится проверка обучающихся:

- на лекционных занятиях путем проведения текущего тестирования;
- по результатам выполнения заданий на практических занятиях;
- по результатам выполнения заданий для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета – устный опрос по утвержденным вопросам, сформулированным с учетом содержания учебной дисциплины. В билет включается два теоретических вопроса по темам курса.

При оценивании результатов освоения дисциплины применяется балльно-рейтинговая система. Итоговый балл студента определяется путем суммирования оценок, полученных студентом на всех текущих и промежуточной аттестациях, проводимых в течение семестра согласно учебному графику. Итоговый балл переводится в традиционную форму по системе «зачтено», «незачтено».

2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Сформированность каждой компетенции в рамках освоения данной дисциплины оценивается по трехуровневой шкале:

- 1) пороговый уровень является обязательным для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины;
- 2) продвинутый уровень характеризуется превышением минимальных характеристик сформированности компетенций по завершении освоения дисциплины;
- 3) эталонный уровень характеризуется максимально возможной выраженностью компетенций и является важным качественным ориентиром для самосовершенствования.

По дисциплине «Основы маркетинга» предусмотрена балльно-рейтинговая система оценки результатов обучения. Критерии оценки по дисциплине зависят от результатов текущей и промежуточной аттестаций студента. Итоговый балл студента определяется путем суммирования оценок, полученных студентом на всех аттестациях, проводимых в течение семестра согласно учебному графику.

Критерии оценки знаний, умений, навыков на текущих и промежуточной аттестациях:

Вид работы студента (текущего контроля знаний)	Максимальное количество баллов
Выполнение заданий	55
Текущее тестирование по темам дисциплины	45
Промежуточная аттестация (зачет)	5
Итого	100

На основании полученного суммарного балла студенту выставляется итоговая оценка по дисциплине по шкале «не зачтено», «зачтено».

Оценка «зачтено» выставляется студенту, который набрал в сумме более 60 баллов. Обя-

зательным условием является выполнение всех предусмотренных заданий на уровне не ниже порогового.

Оценка «незачтено» выставляется студенту, который набрал в сумме менее 60 баллов или невыполнил всех предусмотренных заданий на уровне не ниже порогового.

3. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части)	Вид, метод, форма оценочного мероприятия
Тема 1. Предпринимательство: природа, цели и задачи	ПК-23 ПК-14	Зачет
Тема 2. Правовые основы предпринимательства	ПСК-131	Зачет
Тема 3. Маркетинговое исследование	ПСК-131 ПК-14	Зачет
Тема 4. Сегментирование рынка	ПК-14 ПК-23	Зачет
Тема 5. Ценообразование	ПК-14 ПК-23 ПСК-131	Зачет
Тема 6. Доход, прибыль, рентабельность предприятия	ПСК-131 ПК-14	Зачет
Тема 7. Менеджмент	ПСК-131 ПК-23	Зачет
Тема 8. Маркетинговые решения по распределению товаров (услуг)	ПСК-131 ПК-23	Зачет
Тема 9. Продвижение товара (услуг)	ПК-23 ПК-14	Зачет

4. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

4.1. Промежуточная аттестация (зачет)

Коды компетенций	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций
ПК-23	способность использовать приобретенные знания для популяризации изобразительного искусства, скульптуры и художественного творчества, проводить экскурсии, выступать с лекциями, сообщениями, оформлять выставки, художественные экспозиции

а) типовые контрольные вопросы:

1. Концепции и функции менеджмента".
2. "Характеристика и виду организационных структур управления".
3. "Влияние внешней на деятельность организации".
4. "Особенности ведения деловых переговоров".
5. "Власть и лидерство: сущность и значение".
6. "Виды конфликтов в организации и пути выхода из них".
7. "Управление персоналом на предприятии".
8. "Мотивация персонала: виды и значение для деятельности фирмы".
9. "Коммуникация и коммуникационные процессы в организации".
10. Характеристика деловой этики.

б) типовые практические задания:

1. На рынке города присутствует продукция семи пивзаводов России. Основные конкуренты имеют следующие доли рынка 1-35%, 2-30%,3-14%,4-8%. Определить коэффициент относительной концентрации.
Ответ: 0,66.
2. Себестоимость товара равна 320 руб, рентабельность составляет 20%, акциз-10%, НДС-18%. Какая должна быть отпускная цена продукции.
Ответ: 498,4 руб.
3. Фирма в 4 этапа определила свой целевой сегмент рынка от общего числа потребителей: 1 этап – выбрано 50% потребителей, 2 этап – выбрано 70% потребителей, 3 этап-40%,4 этап –60%. Какую долю рынка составляет целевой сегмент.
Ответ: 8,4%.
4. Пункт хранения А требует единовременных капитальных вложений 1400 тыс. руб., Б-800 тыс. руб. Годовые расходы на транспортировку из пункта А равняются 500 тыс. руб., из Б-700 тыс. руб. Годовые издержки, связанные с содержанием складских хранилищ=300 тыс. руб. При каком варианте хранения затраты будут минимальными.
Ответ: А.
5. Себестоимость равна 150руб.НДС -18%,акциз-20%.Отпускная цена 400 руб.Какова рентабельность данного вида продукции.
Ответ: 88%.

Коды компетенций	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций
ПК-14	способность учитывать в анализе явлений искусства политические, социальные, собственно культурные и экономические факторы

а) типовые контрольные вопросы:

1. Понятие и содержание предпринимательства
2. Понятия бизнеса, экономики, предпринимательства.
3. Позитивная концепция бизнеса.
4. Критическая концепция бизнеса.
5. Прагматическая концепция бизнеса.
6. Родовые признаки бизнеса.
7. Сущность и основные категории коммерческого предпринимательства.
8. Сущность и основные категории финансового предпринимательства.
9. Субъекты предпринимательской деятельности.
10. Система отношений между субъектами рынка.

б) типовые практические задания:

1. Затраты на поставку единицы продукции $C1 = 15$ денежных единиц, годовые потребления $S = 1200$ единиц, годовые затраты на хранение продукции $C2 = 0,1$ денежных единиц/единицу, годовое производство $P = 1500$ единиц, издержки, обусловленные дефицитом $h = 0,4$ денежной единицы. Рассчитать оптимальный размер партии в условиях дефицита.
Ответ: 670 единиц.
2. Поставщик предлагает следующие цены, учитывающие скидки за количество: Цена, в денежных единицах Размер заказа 2.0 0 - 9999 1,6 10000 - 19999 1,4 20000 и более Удельные затраты потребителя на содержание запасов соответственно равны 0.4; 0.32; 0.28 денежных единиц. Годовое потребление 1000000 единиц и затраты на поставку 28,8 денежных единиц. Определить оптимальный размер заказа с учетом скидки.
Ответ: целесообразно закупать товар партиями по 20000 единиц. Покупать большими или маленькими партиями менее выгодно.
3. В таблице информация о количестве товара ненадлежащего качества, обнаруженного в поставленных партиях. 10 Объем поставки, январь-40 ед./ месяц, февраль-20 ед./ месяц. Количество товара надлежащего качества, январь-100 ед./ месяц. февраль 60 ед./ месяц. Определить темп роста поставок товаров надлежащего качества.

Ответ: 20%.

4. Автомобиль-самосвал работал на маятником маршруте с пробегом в обоих направлениях: $q = 3,5$ т; $l_{ег} = 5$ км; $l_n = 5$ км; $t_{пр} = 12$ мин; $\gamma_{ст} = 1,0$; $v_t = 25$ км/ч; $T_m = 8$ ч. Определить количество автомобилей при объеме перевозок 385 т и коэффициент использования пробега за день.

Ответ: 11 автомобилей; $\beta = 0,9$.

5. Рассчитайте необходимое количество кранов, если за сутки необходимо переработать 600 т груза, производительность кранов составляет 20 т/ч, коэффициент неравномерности поступления груза $k = 1,2$, продолжительность смены 8 час.

Коды компетенций	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций
ПК-131	способностью использовать приобретенные знания для популяризации художественного творчества в сфере кино и телевидения, проводить экскурсии, выступать с лекциями и сообщениями об истории изобразительного искусства, кино и телевидения, художественной деятельности в сфере анимации

а) типовые контрольные вопросы:

1. Система мотивов развития предпринимательства.
2. Сущность предпринимательской среды, ее влияние на развитие предпринимательства.
3. Характеристика внешней и внутренней предпринимательской среды.
4. Рынок как среда существования предпринимателей.
5. Характеристика организационно-правовых форм предпринимательской деятельности.
6. Простые и сложные организационно-правовые формы.
7. Хозяйственные товарищества: их основные виды, характеристика, особенности.
8. Производственные кооперативы: их характеристика, особенности функционирования.
9. Хозяйственные общества: их характеристика, виды, особенности.
10. Акционерные общества: Характеристика, особенности функционирования.

б) типовые практические задания:

1. Реализатор закупил оптом 500 пар женской обуви по цене 1500 руб. за пару. Часть обуви продал по 2000 руб. за пару. С ухудшением реализации в конце зимнего сезона он уменьшил цену товара на 20% и реализовал последние 200 пар женской обуви. Издержки производства по закупке товара и его реализация составили 20000 руб.

Определить: прибыль от реализации всей партии товара.

Ответ: 15 000 руб.

2. Начальник отдела маркетинга ОАО завода фарфоровых изделий. Планируются отдельные партии сервизов продать в странах Западной Европы. При затратах на производство, равных 3000 руб. за один сервиз, товар планируется продавать по 8000 руб. за один сервиз. Оптовый независимый посредник распространяет сервизы по 10000 руб. за единицу. Запланированный объем продажи составляет 4000 сервизов в год, при условии, что производитель обязывается затратить на рекламу 300000 руб. Агент по реализации согласен работать за 7% (при цене за сервиз, равной 10000 руб.), но он может охватить только 65% рынка оптовика. Почта предложила индивидуальную рассылку сервизов по каталогам при стоимости услуг, равной 100 руб. за сервиз. Определить прибыль производителя, оптовика, агента по продажам.

Ответ: 170000 руб.; 80000 руб., 18200 руб.

3. Рекламная компания на торговой фирме проводилась с 11 по 18 апреля текущего года. Исходные данные следующие:
- фактическая реализация товара до рекламных мероприятий составила 140 тыс. руб.;
 - фактическая реализация товара за апрель составила 460 тыс. руб.;
 - торговая надбавка – 15 %;
 - на проведение рекламных мероприятий израсходовано 2,65 тыс. руб.;

- · торговая фирма имеет единый выходной день в неделю.
 - Определить экономическую эффективность рекламных мероприятий.
Ответ: 5,51 тыс. руб.
4. В процессе контроля за выполнением планов служба маркетинга установила, что планировалось продать в год 2600 штук изделий по цене 12,5 руб./шт. Фактически было продано 2750 штук изделий по цене 12,2 руб./шт. Определить объем реализации продукции и выручку, связанную с дополнительной продажей продукции по сниженной цене.
Ответ: 33550 руб.
5. Перед коммерческим предприятием возникла ситуация: или самим наладить производство комплектующих изделий, или закупить у производителя при следующих исходных данных:
- постоянные затраты составляют 8,8 тыс. руб.;
 - удельные переменные издержки - 40 руб./шт.;
 - цена за 1 изделие – 44,5 руб./шт.;
 - потребное количество - 1700 шт.