

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 16.05.2026 13:29:07
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.06 Основы предпринимательства

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Маркетинг

(наименование образовательной программы)

очно-заочная

(форма обучения)

Год набора - 2026

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Агаркова Наталья Валериевна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики

Заведующий кафедрой:

Попова Татьяна Александровна, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики

Рабочая программа дисциплины «Основы предпринимательства» одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики факультета Менеджмента Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 6 от «03» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объём и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

Дисциплина Б1.В.01.06 «Основы предпринимательства» обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования	ПК-1.	Способен к подготовке к проведению маркетинговых исследований	ПК-1.1.	Выявление проблем и формулирование целей исследования	ПК-1.1. 3-1 Знает основы менеджмента ПК-1.1. 3-2 Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность ПК-1.1. У-10 Умеет осуществлять постановку задач исследования, исходя из целей, выявленных проблем и возможностей, с учетом особенностей стратегии взаимоотношений с клиентами исследуемого рынка
			ПК-1.6.	Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг	ПК-1.1. У-11 Умеет видеть и понимать проблемы клиента, правильно оценивать ожидания клиента, предварительно анализировать проблемы и прогнозировать возможности оптимального решения стандартных и нестандартных маркетинговых задач в условиях неопределенности
	ПК-2.	Способен к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.3.	Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	ПК-1.6. 3-1 Знает основы менеджмента ПК-2.3. 3-6 Знает правила, нормы и основные принципы этики делового общения ПК-2.3. У-15 Умеет создавать команды исследовательского проекта, координировать взаимодействие внутренних и внешних участников и партнеров проекта

* Дисциплина формирует компетенции частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе.

2. ОБЪЁМ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Общий объём дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 академических часов).

Объём академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем: 33 ак. ч., из них:

- занятия лекционного типа — 8 ак. ч.;
- занятия семинарского типа (практические занятия) — 16 ак. ч.;
- контактная работа в период промежуточной аттестации (зачёт с оценкой) — 9 ак. ч.

Объём академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся: 75 ак. ч.

Практическая подготовка в рамках дисциплины не предусмотрена.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: дисциплина входит в вариативную часть блока Б1 (дисциплины по выбору) образовательной программы. Дисциплина изучается в соответствии с учебным планом и базируется на знаниях, полученных при освоении дисциплин «Экономическая теория», «Маркетинг», «Менеджмент». Результаты освоения дисциплины используются при прохождении производственной практики и подготовке выпускной квалификационной работы.

1. Содержание и структура дисциплины

1.1. Структура дисциплины

Очная/очно-заочная/заочная форма обучения (оставить нужное)

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)			СРкр	СРэк	СР			
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ					Каттэк	Контроль
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
раздел 1	Маркетинговые основы предпринимательства														
Тема 1.1	Тема 1.1. Предпринимательство как маркетинго-ориентированная деятельность	12	2			2							8	Опрос	
Тема 1.2	Тема 1.2. Маркетинговые исследования в предпринимательстве	12	2			2							8	КТ-1 (тест)	
Тема 1.3	Тема 1.3. Разработка ценностного предложения и бизнес-модели	12	-			2							10	Опрос	
раздел 2.	Маркетинговые технологии управления бизнесом														
Тема 2.1	Тема 2.1. Товарная политика и брендинг в предпринимательстве	12	2			2							8	Опрос	

Тема 2.2	Тема 2.2. Ценовая политика и адаптация цен в предпринимательской деятельности	12	-			2						10	КТ-2 (кейс)
Тема 2.3	Тема 2.3. Сбытовая политика и маркетинговые коммуникации	11	-			2						9	Опрос
Раздел 3	Стратегическое развитие и эффективность предпринимательского проекта												
Тема 3.1	Тема 3.1. Финансово-экономическое обоснование предпринимательского проекта	14	-			2						12	Опрос
Тема 3.2	Тема 3.2. Маркетинговый анализ и презентация бизнес-проекта	14	2			2						10	КТ-3 (проект)
Промежуточная аттестация		9								9			Зачёт с оценкой
ИТОГО		108	8			16				9		75	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. МАРКЕТИНГОВЫЕ ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Тема 1.1. Предпринимательство как маркетинго-ориентированная деятельность (ПК-1.1., ПК-1.6.)

Сущность предпринимательства: понятие, виды и функции. Предпринимательская деятельность как система создания ценности для потребителя. Маркетинговая ориентация бизнеса: концепции управления (производственная, сбытовая, маркетинговая, социально-этическая). Жизненный цикл предпринимательского проекта. Предпринимательская экосистема: институциональная среда, рыночные механизмы, конкурентные условия. Предпринимательские риски и методы их идентификации. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. Анализ предпринимательских возможностей: SWOT-анализ, PESTLE-анализ. Формулирование предпринимательской идеи и её маркетинговое обоснование.

Тема 1.2. Маркетинговые исследования в предпринимательстве (ПК-1.1., ПК-1.6., ПК-2.3.)

Маркетинговые исследования как основа предпринимательских решений. Процесс маркетингового исследования: постановка проблемы, формулирование целей и задач, разработка дизайна исследования. Первичные и вторичные маркетинговые данные: источники, методы сбора и анализа. Качественные методы исследования рынка: фокус-группы, глубинные интервью, этнографические наблюдения. Количественные методы: опросы, эксперименты, панельные исследования. Конъюнктурный анализ рынка: методология, показатели, источники информации. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование. Анализ конкурентной среды: методы оценки конкурентоспособности. Потребительские инсайты и методы их выявления. Составление технического задания на проведение маркетингового исследования.

Тема 1.3. Разработка ценностного предложения и бизнес-модели (ПК-1.1., ПК-1.6., ПК-2.3.)

Ценностное предложение: концепция, структура, методы разработки. Канвас ценностного предложения (Value Proposition Canvas). Бизнес-модели предпринимательских проектов: концепция бизнес-модели Остервальдера и Пинье. Шаблон бизнес-модели (Business Model Canvas): девять ключевых блоков и их взаимосвязь. Методология Lean Startup: цикл «создание — измерение — обучение». Методы быстрого прототипирования и тестирования гипотез. Анализ и выбор бизнес-модели с учётом рыночных условий. Инновационные бизнес-модели: платформенный бизнес, подписка, freemium, совместное потребление.

Раздел 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

Тема 2.1. Товарная политика и брендинг в предпринимательстве (ПК-1.6., ПК-2.3.)

Товарная политика предпринимательской структуры: понятие, уровни, классификация товаров. Управление ассортиментом: ширина, глубина, насыщенность. Жизненный цикл товара и маркетинговые стратегии на каждом этапе. Разработка нового товара: этапы, методы генерации и отбора идей. Бренд и брендинг в предпринимательстве: сущность, архитектура бренда, управление брендом. Упаковка и маркировка как элементы

товарной политики. Оценка конкурентоспособности товара. Товарные знаки и охрана интеллектуальной собственности предпринимателя.

Тема 2.2. Ценовая политика и адаптация цен в предпринимательской деятельности (ПК-1.6., ПК-2.3.)

Ценообразование как элемент маркетинга-микс. Факторы, влияющие на ценообразование: затраты, спрос, конкуренция, государственное регулирование. Методы ценообразования: затратные, рыночные, ценностные. Ценовые стратегии предпринимателя: стратегия «снятия сливок», проникновения на рынок, следования за лидером, дифференцированного ценообразования. Адаптация цен: скидки, надбавки, психологическое ценообразование, ценообразование в зависимости от географии продаж. Анализ безубыточности и формирование ценовой политики стартапа. Ценообразование в условиях электронной коммерции.

Тема 2.3. Сбытовая политика и маркетинговые коммуникации (ПК-1.6., ПК-2.3.)

Сбытовая политика предпринимательской структуры: каналы и методы сбыта, критерии их выбора. Прямой и косвенный сбыт. Цифровые каналы продаж: маркетплейсы, интернет-магазины, социальные сети. Интегрированные маркетинговые коммуникации: реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, прямой маркетинг, личные продажи. Digital-маркетинг: SEO, контекстная реклама, SMM, e-mail-маркетинг. Контент-маркетинг и управление репутацией в цифровой среде. Бюджет маркетинговых коммуникаций малого бизнеса: методы планирования и оценки эффективности.

Раздел 3. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПРОЕКТА

Тема 3.1. Финансово-экономическое обоснование предпринимательского проекта (ПК-1.1., ПК-1.6., ПК-2.3.)

Финансовое планирование в предпринимательстве: бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, прогнозный баланс. Источники финансирования предпринимательских проектов: собственные средства, банковское кредитование, краудфандинг, венчурное финансирование, гранты. Оценка эффективности инвестиций: NPV, IRR, период окупаемости, точка безубыточности. Финансовые показатели деятельности предпринимательской структуры. Маркетинговый бюджет как элемент общего финансового планирования. Управление денежными потоками стартапа. Налогообложение субъектов малого предпринимательства в Российской Федерации.

Тема 3.2. Маркетинговый анализ и презентация бизнес-проекта (ПК-1.1., ПК-1.6., ПК-2.3.)

Структура и содержание маркетингового раздела бизнес-плана. Маркетинговый отчёт: требования к структуре, содержанию и оформлению. Методы визуализации маркетинговых данных: диаграммы, инфографика, дашборды. Разработка маркетинговых рекомендаций: принципы обоснования, приоритизация, план реализации. Питч-презентация предпринимательского проекта: структура elevator pitch, deck-презентации для инвесторов. Публичная защита предпринимательского проекта: коммуникативные стратегии, ответы на вопросы аудиторией. Критерии оценки предпринимательского проекта: рыночная привлекательность, конкурентные преимущества, финансовая реалистичность, команда.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.01.06 «Основы предпринимательства» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам образовательной программы составляет фонд оценочных средств (ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных		<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)

Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135). 	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74			B	P/ Passed
60-69	Удовлетворительно	Не зачтено	E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно		F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.01.06 «Основы предпринимательства» используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся: устный опрос, тестирование, кейс-задание, разработка и защита бизнес-проекта (практический проект).

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек)

Тема 1.1. Предпринимательство как маркетинго-ориентированная деятельность

Вопросы для устного опроса:

1. Раскройте сущность предпринимательства как маркетинго-ориентированной деятельности.
2. Охарактеризуйте основные концепции маркетингового управления.
3. Каковы особенности предпринимательской экосистемы в Российской Федерации?
4. Какие методы применяются для анализа предпринимательских возможностей?
5. Опишите этапы жизненного цикла предпринимательского проекта.

Тема 1.2. Маркетинговые исследования в предпринимательстве

Вопросы для устного опроса:

6. Определите роль маркетинговых исследований в предпринимательской деятельности.
7. В чём состоит разница между первичными и вторичными данными?
8. Охарактеризуйте качественные методы маркетинговых исследований.
9. Как проводится анализ конъюнктуры рынка?
10. Опишите методологию сегментирования рынка.

Тема 1.3. Разработка ценностного предложения и бизнес-модели

Вопросы для устного опроса:

11. Что такое ценностное предложение и каковы его ключевые элементы?
12. Опишите структуру шаблона бизнес-модели Canvas.
13. В чём суть методологии Lean Startup?
14. Приведите примеры инновационных бизнес-моделей современного рынка.

Тема 2.1. Товарная политика и брендинг в предпринимательстве

Вопросы для устного опроса:

15. Охарактеризуйте уровни товара и их значение для предпринимателя.
16. Как управлять жизненным циклом товара?
17. Что такое бренд и каковы этапы его создания?
18. Какие методы оценки конкурентоспособности товара вы знаете?

Тема 2.2. Ценовая политика и адаптация цен

Вопросы для устного опроса:

19. Какие факторы определяют ценовую политику предпринимательской структуры?
20. Сравните затратный и ценностный подходы к ценообразованию.
21. Опишите ценовые стратегии для вывода нового товара на рынок.

Тема 2.3. Сбытовая политика и маркетинговые коммуникации

Вопросы для устного опроса:

22. Какие каналы распределения доступны для малого бизнеса?
23. Охарактеризуйте элементы интегрированных маркетинговых коммуникаций.
24. Как сформировать бюджет маркетинговых коммуникаций стартапа?

Тема 3.1. Финансово-экономическое обоснование предпринимательского проекта

Вопросы для устного опроса:

25. Опишите структуру финансового плана предпринимательского проекта.
26. Каковы основные показатели эффективности инвестиций?
27. Какие источники финансирования доступны для стартапов?
28. Как рассчитать точку безубыточности?

Тема 3.2. Маркетинговый анализ и презентация бизнес-проекта

Вопросы для устного опроса:

29. Каковы требования к маркетинговому разделу бизнес-плана?
30. Как структурировать питч-презентацию для инвесторов?
31. По каким критериям оценивается предпринимательский проект?

5.3. Распределение весовых коэффициентов по контрольным точкам в рамках текущего контроля успеваемости и формулы расчёта:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки
КТ-1 (тестирование)	100	0,20	20
КТ-2 (кейс-задание)	100	0,20	20
КТ-3 (презентация бизнес-проекта)	100	0,20	20
Итого:	×	0,60	60

Формула расчёта результата контрольной точки: $\text{Результат КТ} = \text{Количество баллов за работу в рамках КТ} \times \text{Коэффициент веса контрольной точки}$.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках контрольных точек и типовые оценочные материалы:

КТ-1. Темы 1.1–1.2. Тестирование.

Типовые тестовые задания:

Задание 1 (закрытый тип, один правильный ответ).

Инструкция: Прочитайте вопрос и выберите один правильный ответ.

Какой из перечисленных методов относится к качественным методам маркетинговых исследований?

- а) анкетирование
- б) фокус-группа
- в) панельное исследование
- г) контент-анализ вторичных данных

Правильный ответ: б.

Задание 2 (закрытый тип, несколько правильных ответов).

Инструкция: Прочитайте вопрос и выберите все правильные ответы.

Какие характеристики относятся к первичным данным маркетингового исследования? (выберите все верные)

- а) собираются непосредственно для конкретного исследования
- б) доступны в открытых статистических базах
- в) позволяют получить актуальные данные по специфической проблеме
- г) являются частью государственной статистики

Правильные ответы: а, в.

Задание 3 (закрытый тип, установление соответствия).

Инструкция: Установите соответствие между концепцией управления и её ключевым принципом.

Список 1: 1) Производственная концепция; 2) Маркетинговая концепция; 3) Концепция социально-этического маркетинга

Список 2: А) Ориентация на нужды потребителей и долгосрочное благополучие общества; Б) Ориентация на снижение себестоимости и массовый выпуск продукции; В) Ориентация на интересы и потребности целевых рынков

Правильные ответы: 1–Б, 2–В, 3–А.

КТ-2. Темы 2.1–2.2. Кейс-задание.

Типовые кейсы:

Кейс 1.

Предприниматель планирует запустить производство органических снеков для молодёжной аудитории. Проведите анализ целевого рынка, предложите ценовую стратегию и обоснуйте выбранную бизнес-модель. В ответе используйте методы анализа рыночной конъюнктуры.

Кейс 2.

Компания по доставке готовой еды планирует выйти на рынок нового города. Разработайте ценностное предложение, определите ценовую политику и предложите адаптацию цен для привлечения первых клиентов.

КТ-3. Темы 3.1–3.2. Разработка и презентация бизнес-проекта.

Задание: Разработайте бизнес-проект предпринимательской структуры в соответствии со следующими требованиями:

1. Описание бизнес-идеи и ценностного предложения (1–2 стр.).
2. Анализ рынка: целевой сегмент, объём рынка, конкурентный анализ (2–3 стр.).
3. Маркетинговая стратегия: товар, цена, сбыт, коммуникации (2–3 стр.).
4. Финансово-экономическое обоснование: прогноз доходов и расходов, точка безубыточности, NPV (1–2 стр.).
5. Питч-презентация (до 10 слайдов).

Критерии оценивания кейс-задания (КТ-2) и бизнес-проекта (КТ-3):

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0–20	Детальное, последовательное описание всех ключевых аспектов предпринимательской деятельности с конкретными примерами из практики
Грамотность изложения	0–20	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации; профессиональная терминология использована корректно
Стилистика	0–20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование маркетинговых терминов, лаконичность
Логика изложения	0–20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0–20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения,

		инновационные предпринимательские идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:		100

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме зачёта с оценкой.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1.1. Предпринимательство как маркетинго-ориентированная деятельность (ПК-1.1.1, ПК-1.6.1).

Вопросы открытого типа:

1. Дайте характеристику предпринимательства как социально-экономического явления. Какова его роль в рыночной экономике?
2. Раскройте концепцию маркетинго-ориентированного управления бизнесом. Приведите примеры её реализации.
3. Охарактеризуйте этапы жизненного цикла предпринимательского проекта. Какие маркетинговые инструменты применяются на каждом этапе?
4. Проведите SWOT-анализ гипотетического предпринимательского проекта в сфере образовательных услуг.

Задания комбинированного типа:

1. Выберите правильный ответ и обоснуйте его: какой из инструментов анализа внешней среды позволяет оценить политические, экономические, социальные, технологические, правовые и экологические факторы?
А) SWOT-анализ
Б) PESTLE-анализ
В) Матрица BCG
Г) Модель пяти сил Портера

Тема 1.2. Маркетинговые исследования в предпринимательстве (ПК-1.1.1, ПК-1.6.1, ПК-2.3.1).

Вопросы открытого типа:

1. Опишите этапы проведения маркетингового исследования для нового предпринимательского проекта.
2. В чём отличие конъюнктурного анализа рынка от маркетингового исследования?
3. Разработайте опросник (10 вопросов) для изучения потребительских предпочтений на рынке здорового питания.

Тема 1.3. Разработка ценностного предложения и бизнес-модели (ПК-1.1.1, ПК-1.6.1, ПК-2.3.1).

Вопросы открытого типа:

1. Разработайте ценностное предложение для интернет-магазина спортивного питания, используя Canvas ценностного предложения.
2. Заполните шаблон Business Model Canvas для образовательной платформы онлайн-курсов.

Темы 2.1–2.3. Маркетинговые технологии управления бизнесом (ПК-1.6.1, ПК-2.3.1).

Вопросы открытого типа:

1. Разработайте ассортиментную матрицу и обоснуйте товарную политику для кофейни полного цикла.
2. Предложите и обоснуйте ценовую стратегию для стартапа на рынке мобильных приложений.
3. Разработайте план маркетинговых коммуникаций для нового фитнес-клуба с бюджетом 500 000 рублей.

Темы 3.1–3.2. Стратегическое развитие и эффективность предпринимательского проекта (ПК-1.1.1, ПК-1.6.1, ПК-2.3.1).

Вопросы открытого типа:

1. Составьте финансовый прогноз предпринимательского проекта на 3 года. Рассчитайте точку безубыточности и NPV.
2. Разработайте структуру маркетингового отчёта по результатам исследования рынка доставки еды. Сформулируйте рекомендации для предпринимателя.
3. Подготовьте питч-презентацию бизнес-проекта для потенциального инвестора.

Задания закрытого типа (тест для самопроверки):

1. Какой показатель характеризует минимальный объём продаж, при котором предприниматель не получает убытков?

- А) NPV
- Б) IRR
- В) Точка безубыточности
- Г) ROI.

Ответ: В.

2. Что представляет собой модель Business Model Canvas?

- А) Финансовая модель бизнеса
- Б) Шаблон описания бизнес-модели из 9 блоков
- В) Метод оценки конкурентоспособности
- Г) Инструмент ценообразования.

Ответ: Б.

3. К какому типу стратегии ценообразования относится установление низкой цены при выходе на рынок с целью быстрого завоевания доли рынка?

- А) «Снятие сливок»
- Б) Нейтральная
- В) Проникновение на рынок
- Г) Премиальная.

Ответ: В.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе балльно-рейтинговой системы:

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	90-100
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	75-89
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	60-74
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	1-59

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Для успешного освоения дисциплины рекомендуется следующая организация самостоятельной работы:

Планирование и организация учебного времени. Обучающемуся следует изучать материал систематически: 51 час самостоятельной работы распределены равномерно между темами согласно структуре дисциплины. Рекомендуется до каждого лекционного занятия самостоятельно ознакомиться с основными понятиями темы по учебной литературе, а после занятия — проработать конспект и дополнить его материалами из рекомендованных источников.

Работа с учебной литературой. При изучении теоретического материала необходимо конспектировать ключевые понятия, определения и классификации. Рекомендуется использовать несколько источников для сопоставления точек зрения. Особое внимание следует уделять актуальным данным о рынках и предпринимательской среде из профессиональных изданий и информационных ресурсов.

Подготовка к практическим занятиям. К каждому семинару необходимо: изучить соответствующую тему по рекомендованным источникам; проработать вопросы для устного опроса; подготовить ответы на контрольные задания; при наличии кейса — заранее ознакомиться с ситуацией и наметить план анализа.

Подготовка к контрольным точкам. КТ-1 (тестирование): для успешного прохождения теста необходимо систематическое повторение материала тем 1.1–1.2, особое внимание следует уделить терминологии и классификациям. КТ-2 (кейс-задание): при работе с кейсом рекомендуется использовать структурированный подход: описание проблемы, анализ ситуации, генерация и оценка альтернатив, обоснование рекомендаций. КТ-3 (бизнес-проект): работу над проектом следует начинать заблаговременно; структура проекта должна включать все обязательные разделы согласно методическим требованиям.

Рекомендации по написанию эссе. Эссе должно содержать чёткую структуру: введение с обоснованием актуальности, основную часть с анализом проблематики и аргументацией позиции автора, заключение с выводами. Объём эссе — 1 500–2 000 слов. Обязательны ссылки на научные источники.

Рекомендации по разработке бизнес-проекта. Бизнес-проект выполняется индивидуально или в группах не более 2 человек. При разработке проекта рекомендуется: использовать реальные рыночные данные из открытых источников; применять изученные аналитические инструменты (SWOT, Canvas, анализ рынка); обосновывать каждое управленческое решение количественными и качественными данными. Результаты оформляются в виде письменного отчёта и питч-презентации.

Подготовка к зачёту с оценкой. В ходе подготовки рекомендуется: повторить все темы дисциплины по конспектам и учебным материалам; проработать типовые вопросы, приведённые в разделе 6.2 настоящей РПД; выполнить задания для самопроверки; при

необходимости обратиться за консультацией к преподавателю.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

8.1. Основная литература

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. — 15-е изд. — Санкт-Петербург : Питер, 2022. — 848 с. — (Классический зарубежный учебник). — ISBN 978-5-4461-1568-9. — URL: <https://www.biblio-online.ru/> (дата обращения: 01.09.2025).
2. Асаул, А. Н. Организация предпринимательской деятельности : учебник / А. Н. Асаул, М. П. Войнаренко, Н. А. Пономарёва, Р. А. Фалтинский. — Санкт-Петербург : АНО «ИПЭВ», 2021. — 336 с. — ISBN 978-5-91460-030-2. — URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.09.2025).
3. Осотова, Ю. Е. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / Ю. Е. Осотова. — Москва : КНОРУС, 2022. — 280 с. — ISBN 978-5-406-10432-8. — URL: <https://www.biblio-online.ru/> (дата обращения: 01.09.2025).
4. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей : настольная книга стратега и новатора : пер. с англ. / А. Остервальдер, И. Пинье. — 12-е изд. — Москва : Альпина Паблицер, 2023. — 288 с. — ISBN 978-5-9614-4605-8. — URL: <https://alpina.ru/> (дата обращения: 01.09.2025).

8.2. Дополнительная литература

5. Бланк, С. Четыре шага к озарению. Стратегии создания успешных стартапов : пер. с англ. / С. Бланк. — 2-е изд. — Москва : Альпина Паблицер, 2022. — 368 с. — ISBN 978-5-9614-6760-2.
6. Рис, Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели : пер. с англ. / Э. Рис. — Москва : Альпина Паблицер, 2022. — 256 с. — ISBN 978-5-9614-4628-7.
7. Малхотра, Н. К. Маркетинговые исследования : практическое руководство / Н. К. Малхотра. — 4-е изд. — Москва : Вильямс, 2021. — 1200 с.
8. Тимоти, К. Ценностное предложение : как создать ценность для клиентов / К. Тимоти. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2021.
9. Экономика предпринимательства : учебник и практикум / под ред. В. Я. Горфинкеля. — Москва : Юрайт, 2023. — 461 с. — URL: <https://urait.ru/> (дата обращения: 01.09.2025).

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

10. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 24.07.2023). — URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 01.09.2025).
11. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (ред. от 12.12.2023). — URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 01.09.2025).

12. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (ред. от 04.08.2023). — URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 01.09.2025).

13. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 13.06.2023). — URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 01.09.2025).

8.4. Интернет-ресурсы

1. Harvard Business Review (русскоязычная версия) — <https://hbr-russia.ru> — электронный журнал по вопросам управления и маркетинга.

2. E-library.ru — Научная электронная библиотека — <https://elibrary.ru> — доступ к российским научным публикациям.

3. КиберЛенинка — <https://cyberleninka.ru> — открытый доступ к научным статьям по менеджменту и маркетингу.

4. JSTOR — <https://www.jstor.org> — архив зарубежных научных журналов по менеджменту и лидерству.

5. Консультант Плюс — <https://www.consultant.ru> — база нормативных правовых актов.

6. РАНХиГС — официальный сайт — <https://www.ranepa.ru> — доступ к электронным образовательным ресурсам академии.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

9.1. Для проведения занятий лекционного типа используются: учебная аудитория, оснащённая мультимедийным проектором, экраном и персональным компьютером (или ноутбуком) для демонстрации презентационных материалов; доска (маркерная) для дополнительных объяснений.

9.2. Для проведения семинарских занятий используются: учебная аудитория с возможностью работы в группах; мультимедийное оборудование; flipchart-доски; раздаточные материалы (кейсы, бланки заданий).

9.3. Для проведения промежуточной аттестации: аудитория, оснащённая компьютерами с выходом в сеть Интернет (при проведении тестирования в электронной форме) или стандартная аудитория для письменного зачёта.

9.4. Информационные технологии и программное обеспечение:

– Microsoft Office 365 (Word, Excel, PowerPoint) — лицензионное ПО; используется для подготовки презентаций, выполнения заданий, составления отчётов.

– Система дистанционного обучения (СДО) РАНХиГС (на платформе Moodle) — для размещения учебно-методических материалов, проведения тестирования, организации обратной связи.

– Антиплагиат.РАНХиГС — система проверки уникальности письменных работ обучающихся.

9.5. Информационные справочные системы:

- КонсультантПлюс — информационно-правовая система; используется при изучении нормативной базы маркетинговой деятельности.
- Гарант — правовая система; доступ к нормативным актам и судебной практике.
- ЭБС «Юрайт» (<https://urait.ru>) — электронная библиотечная система с доступом к учебной литературе.
- ЭБС «Инфра-М» (<https://www.infra-m.ru>) — электронная библиотечная система.
- E-library.ru — Научная электронная библиотека; доступ к российским научным публикациям по менеджменту и маркетингу.