

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костровец Лариса Борисовна  
Должность: директор  
Дата подписания: 16.05.2026 13:33:47  
Уникальный программный ключ:  
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4  
к образовательной программе

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.01.07 Основы предпринимательства**

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

**38.03.02 Менеджмент**

(код, наименование направления подготовки/специальности)

**Логистика и управление цепями поставок»**

(наименование образовательной программы)

очная

---

(форма обучения)

Год набора 2026

г. Донецк

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

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

**Заведующий кафедрой:**

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

Рабочая программа дисциплины «Основы предпринимательства» одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики факультета Менеджмента Донецкого филиал 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.01.07 «Основы предпринимательства» обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора	Наименование индикатора достижения компетенции	Образовательный результат
А/01.6 Руководство выполнением типовых задач организации сетей поставок	ПК-1.	Способен к руководству выполнением типовых задач организации сетей поставок	ПК-1.1	Определяет и прогнозирует потенциальный объём продаж продукции	ПК-1.1. 3-9 <b>Знает</b> порядок разработки перспективных и годовых планов производственной, хозяйственной и социальной деятельности организации. ПК-1.2. 3-5 <b>Знает</b> нормативные правовые акты, методические материалы по вопросам организации логистики, цепей поставок и производственного планирования и управления производством, учета и анализа результатов производственно-хозяйственной деятельности ПК-1.29.3-1 <b>Знает</b> отечественный и зарубежный опыт рациональной организации сетей поставок машиностроительной продукции
			ПК-1.2.	Разрабатывает эффективную структуру логистической системы	
			ПК-1.29.	<i>Изучает и обобщает передовой отечественный и зарубежный опыт в области решения тактических задач при организации цепей поставок</i>	

\* 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).

### Распределение академических часов:

Вид учебной работы	Академических часов
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:</b>	<b>57</b>
— занятия лекционного типа	16
— занятия семинарского типа (практические занятия)	32
— контактная работа на аттестацию (Катгэк)	9
— консультации перед экзаменом (КЭ)	2
<b>Самостоятельная работа обучающихся, в том числе:</b>	<b>51</b>
— самостоятельная работа в семестре (СР)	31
— самостоятельная работа на подготовку к экзамену (СРэк)	18
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>Экзамен</b>
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>

Место дисциплины в структуре образовательной программы. Дисциплина «Основы предпринимательства» (Б1.В.01.07) входит в вариативную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы по направлению подготовки 38.03.04 Менеджмент (профиль «Логистика и управление цепями поставок»). Дисциплина изучается в 6 семестре. Для успешного освоения дисциплины обучающимся рекомендуется предварительное изучение следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Маркетинг», «Основы менеджмента».

# 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)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Каттэк	Контроль	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
<b>раздел 1</b>	<b>Маркетинговые основы предпринимательства</b>														
Тема 1.1	Тема 1.1. Предпринимательство как маркетинго-ориентированная деятельность	10	2		4								4	Опрос	
Тема 1.2	Тема 1.2. Маркетинговые исследования в предпринимательстве	10	2		4								4	КТ-1 (тест)	
Тема 1.3	Тема 1.3. Разработка ценностного предложения и бизнес-модели	10	2		4								4	Опрос	
<b>раздел 2.</b>	<b>Маркетинговые технологии управления бизнесом</b>														
Тема 2.1	Тема 2.1. Товарная политика и брендинг в предпринимательстве	10	2		4								4	Опрос	

Тема 2.2	Тема 2.2. Ценовая политика и адаптация цен в предпринимательской деятельности	9	2			4						3	КТ-2 (кейс)
Тема 2.3	Тема 2.3. Сбытовая политика и маркетинговые коммуникации	10	2			4						4	Опрос
<b>Раздел 3</b>	<b>Стратегическое развитие и эффективность предпринимательского проекта</b>												
Тема 3.1	Тема 3.1. Финансово-экономическое обоснование предпринимательского проекта	10	2			4						4	Опрос
Тема 3.2	Тема 3.2. Маркетинговый анализ и презентация бизнес-проекта	10	2			4						4	КТ-3 (проект)
Промежуточная аттестация		29						2	9		18		Экзамен
<b>ИТОГО</b>		108	16			32			9			31	

*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**

Индикаторы компетенций: ПК-1.1., ПК-1.2., ПК-1.29.

Сущность и функции предпринимательства в рыночной экономике. Виды предпринимательской деятельности: производственное, коммерческое, финансовое, посредническое предпринимательство. Маркетинговая ориентация предпринимательской деятельности: концепция маркетинга как философия бизнеса. Субъекты предпринимательской деятельности: индивидуальный предприниматель, малые, средние и крупные предприятия. Организационно-правовые формы предпринимательства (ИП, ООО, АО). Предпринимательская среда: внешняя и внутренняя. Государственная поддержка предпринимательства в Российской Федерации. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство». Отечественный и зарубежный опыт формирования предпринимательских экосистем.

Задания практической подготовки: анализ кейсов успешных предпринимательских проектов; идентификация маркетинговой ориентации компаний на основе открытых данных; сравнительный анализ организационно-правовых форм для старта бизнеса.

#### **Тема 1.2. Маркетинговые исследования в предпринимательстве**

Индикаторы компетенций: ПК-1.1., ПК-1.2., ПК-1.29.

Цели, задачи и виды маркетинговых исследований. Первичные и вторичные данные. Качественные и количественные методы сбора информации: опрос, наблюдение, эксперимент, фокус-группа. Анализ рынка: ёмкость рынка, темпы роста, конкурентная ситуация. Методы сегментирования рынка: географическое, демографическое, психографическое, поведенческое. Критерии выбора целевого сегмента. Оценка потенциального объёма продаж: метод «снизу вверх», «сверху вниз», метод аналогий. Анализ конкурентной среды: модель пяти сил М. Портера, SWOT-анализ, конкурентная карта рынка. Зарубежные практики маркетинговых исследований для стартапов.

Задания практической подготовки: разработка программы маркетинговых исследований для бизнес-проекта; расчёт ёмкости целевого рынка; SWOT-анализ предпринимательского проекта.

#### **Тема 1.3. Разработка ценностного предложения и бизнес-модели**

Индикаторы компетенций: ПК-1.1., ПК-1.2., ПК-1.29.

Ценностное предложение как основа предпринимательской идеи. Инструменты разработки ценностного предложения: Value Proposition Canvas (А. Остервальдер). Понятие бизнес-модели. Canvas-модель бизнеса (Business Model Canvas): девять блоков. Альтернативные модели: Lean Canvas, шаблон бизнес-модели А. Морья. Анализ бизнес-моделей лидеров рынка (отечественный и зарубежный опыт). Итерационный подход к разработке бизнес-модели: методология Lean Startup. Гипотезы и их проверка. Минимально жизнеспособный продукт (MVP).

Задания практической подготовки: разработка Value Proposition Canvas для собственного бизнес-проекта; заполнение Business Model Canvas; анализ бизнес-моделей компаний-единорогов.

## **РАЗДЕЛ 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ**

### **Тема 2.1. Товарная политика и брендинг в предпринимательстве**

Индикаторы компетенций: ПК-1.1., ПК-1.2., ПК-1.29.

Товар в системе маркетинга: три уровня товара (Ф. Котлер). Классификация товаров. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) и маркетинговые стратегии на каждом этапе. Ассортиментная политика предприятия: широта, глубина, насыщенность ассортимента. Матрица BCG и матрица GE/McKinsey. Новый товар: этапы разработки и вывода на рынок. Упаковка и маркировка как инструменты маркетинга. Брендинг: понятие, функции, типы брендов. Разработка бренда для малого бизнеса: нейминг, логотип, фирменный стиль. Стоимость бренда и методы её оценки. Лучшие практики брендинга отечественных и зарубежных стартапов.

Задания практической подготовки: разработка ассортиментной матрицы; разработка концепции бренда для бизнес-проекта; применение матрицы BCG для анализа портфеля продуктов.

### **Тема 2.2. Ценовая политика и адаптация цен в предпринимательской деятельности**

Индикаторы компетенций: ПК-1.1., ПК-1.2., ПК-1.29.

Ценообразование как элемент маркетинг-микс. Факторы, влияющие на уровень цены. Методы ценообразования: затратный, конкурентный, ценностный (value-based pricing). Стратегии ценообразования: «снятие сливок», проникновение на рынок, нейтральное ценообразование. Ценовая дискриминация: первая, вторая, третья степень. Психологические аспекты ценообразования: эффект якоря, «магия нечётных цен», цена-качество. Скидки и бонусные программы. Динамическое ценообразование и алгоритмические методы установления цены (Revenue Management, Yield Management). Адаптация цен в условиях инфляции и нестабильности рынка. Зарубежный опыт гибкого ценообразования в e-commerce и ритейле.

Задания практической подготовки: расчёт цены на продукт тремя методами; разработка ценовой стратегии для бизнес-проекта; анализ ценовой политики конкурентов.

### **Тема 2.3. Сбытовая политика и маркетинговые коммуникации**

Индикаторы компетенций: ПК-1.1., ПК-1.2., ПК-1.29.

Каналы распределения: понятие, уровни, функции. Выбор канала сбыта в зависимости от типа товара и целевого сегмента. Прямые и косвенные каналы. Электронная коммерция как канал сбыта. Маркетплейсы: Ozon, Wildberries, Яндекс.Маркет; зарубежные платформы: Amazon, eBay. Omnichannel-подход в современном ритейле. Маркетинговые коммуникации: интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК). Инструменты: реклама, PR, личные продажи, стимулирование сбыта, прямой маркетинг. Digital-маркетинг: SEO, контекстная реклама, SMM, email-маркетинг, работа с инфлюенсерами. Управление репутацией в сети (ORM). Разработка коммуникационной стратегии для малого бизнеса при ограниченном бюджете.

Задания практической подготовки: разработка схемы каналов распределения для бизнес-проекта; составление медиаплана; анализ коммуникационной стратегии конкурентов.

### **РАЗДЕЛ 3. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПРОЕКТА**

#### **Тема 3.1. Финансово-экономическое обоснование предпринимательского проекта**

Индикаторы компетенций: ПК-1.1., ПК-1.2., ПК-1.29.

Структура бизнес-плана предпринимательского проекта. Финансовый план как составная часть бизнес-плана. Прогноз выручки: методы и допущения. Структура затрат: постоянные и переменные издержки. Анализ безубыточности (Break-Even Analysis). Прогноз прибылей и убытков (P&L). Денежный поток (Cash Flow): операционный, инвестиционный, финансовый. Показатели инвестиционной привлекательности: NPV, IRR, PI, срок окупаемости. Источники финансирования предпринимательской деятельности: собственные средства, банковский кредит, лизинг, венчурный капитал, краудфандинг, гранты. Логистическая составляющая финансового плана: транспортные и складские издержки, оптимизация цепей поставок для снижения затрат.

Задания практической подготовки: разработка финансовой модели бизнес-проекта; расчёт NPV и срока окупаемости; анализ точки безубыточности.

#### **Тема 3.2. Маркетинговый анализ и презентация бизнес-проекта**

Индикаторы компетенций: ПК-1.1., ПК-1.2., ПК-1.29.

Обобщение и систематизация результатов маркетингового анализа в рамках бизнес-проекта. Структура питч-презентации для инвесторов и экспертов (elevator pitch, полная презентация). Визуализация данных в бизнес-презентации: инфографика, диаграммы, дашборды. Критерии оценки бизнес-проектов инвесторами и экспертными комиссиями. Акселераторы и инкубаторы как инструмент поддержки: отечественный (Сколково, ФРИИ, МСП Банк) и зарубежный опыт (Y Combinator, 500 Startups). Управление предпринимательскими рисками: идентификация, оценка, методы снижения. Стратегии выхода для предпринимателя: IPO, продажа бизнеса, ликвидация. Лучшие практики масштабирования предпринимательских проектов.

Задания практической подготовки: подготовка и защита полного бизнес-проекта; разработка презентации; публичное выступление перед экспертной аудиторией.

## **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"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</li> </ol>	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"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</li> <li>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</li> <li>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</li> </ol>	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"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. Выбрать несколько правильных ответов.</li> <li>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</li> </ol>	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"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</li> <li>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</li> </ol>	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"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</li> <li>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</li> </ol>	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"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. Продумать логику и полноту ответа.</li> <li>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</li> <li>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</li> </ol>	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие фактических ошибок.</li> <li>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</li> <li>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</li> <li>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</li> </ol>

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

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		E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	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
100 баллов	100 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.01.07 «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 и основные признаки предпринимательской деятельности.
2. В чём проявляется маркетинговая ориентация современного предпринимательства?
3. Сравните основные организационно-правовые формы предпринимательства в РФ.
4. Охарактеризуйте меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса в России.
5. Приведите примеры успешных предпринимательских экосистем (отечественный и зарубежный опыт).

### Тема 1.2. Маркетинговые исследования в предпринимательстве

Тестовые задания (закрытый тип):

Задание 1. Укажите правильный метод оценки ёмкости рынка «снизу вверх»:

- а) Начинать с данных о доходах населения и доле расходов на данную категорию товаров;
- б) Начинать с числа потенциальных потребителей и частоты покупки;
- в) Ориентироваться на данные отраслевых ассоциаций;

г) Использовать данные о выручке крупнейших конкурентов.

Задание открытого типа 2. На основе открытых данных проведите SWOT-анализ компании (по выбору преподавателя). Результаты представьте в табличной форме с обоснованием каждого элемента анализа.

### **Тема 1.3. Разработка ценностного предложения и бизнес-модели**

Кейс: Проанализируйте бизнес-модель одной из компаний (AliExpress, Яндекс.Еда, ВкусВилл или по выбору преподавателя) по шаблону Business Model Canvas. Опишите все девять блоков модели и определите ключевые источники конкурентного преимущества.

### **Темы 2.1–2.3 (Раздел 2)**

Вопросы для устного опроса (тема 2.1):

1. Как применяется матрица BCG при управлении продуктовым портфелем малого предприятия?

2. Каковы ключевые элементы разработки бренда для предпринимательского проекта?

3. Опишите этапы разработки нового товара и выхода его на рынок.

Контрольное задание (тема 2.2):

Рассчитайте цену единицы товара тремя методами ценообразования (затратным, конкурентным и ценностным) для предложенного предпринимательского кейса. Обоснуйте выбор оптимального метода.

Эссе (тема 2.3): Тематика:

1. Эффективность digital-маркетинга для малого бизнеса в современных условиях.

2. Omnichannel-стратегия как конкурентное преимущество предпринимательской структуры.

3. Сравнительный анализ работы на маркетплейсах Ozon и Wildberries для начинающего предпринимателя.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает 3 (три) КТ в течение периода освоения дисциплины. Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 баллов.

### **Распределение весовых коэффициентов по контрольным точкам:**

Наименование контрольной точки	Макс. баллов за работу в рамках КТ	Коэффициент веса КТ	Результат КТ, участвующий в итоговой балльной оценке	Темы
КТ 1 — Тестирование по разделу 1	100	0,20	20	Темы 1.1–1.3
КТ 2 — Контрольная работа по разделу 2	100	0,20	20	Темы 2.1–2.3
КТ 3 — Защита бизнес-проекта по разделу 3	100	0,20	20	Темы 3.1–3.2
<b>ИТОГО</b>	×	<b>0,60</b>	<b>60</b>	

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

##### **КТ 1. Тестирование по разделу 1 (темы 1.1–1.3)**

Форма проведения: компьютерное тестирование (30 заданий: 20 закрытого типа, 5 комбинированного типа, 5 открытого типа). Время выполнения: 60 минут.

Примерные тестовые задания:

1 (закрытый тип). Какой инструмент НЕ относится к методам маркетинговых исследований?

- а) Фокус-группа;
- б) Линейное программирование;
- в) Глубинное интервью;
- г) Контент-анализ.

(Ответ: б)

2 (закрытый тип). Метод оценки ёмкости рынка, основанный на анализе поведения отдельного потребителя, называется:

- а) «Сверху вниз»;
- б) «Снизу вверх»;
- в) Метод аналогий;
- г) Метод экспертных оценок.

(Ответ: б)

3 (открытый тип). Разработайте и заполните шаблон Business Model Canvas для предпринимательского проекта по производству экологически чистых продуктов питания, ориентированного на городскую аудиторию.

##### **КТ 2. Контрольная работа по разделу 2 (темы 2.1–2.3)**

Форма проведения: письменная контрольная работа (3 задания). Время выполнения: 90 минут.

Задание 1 (открытый тип). Для предложенного бизнес-кейса разработайте ассортиментную матрицу и обоснуйте выбор стратегии для каждой товарной позиции с применением матрицы BCG.

Задание 2 (открытый тип). Рассчитайте цену продукта тремя методами ценообразования. Исходные данные: переменные затраты – 1 200 руб./ед., постоянные затраты – 480 000 руб./мес., планируемый объём продаж – 1 000 ед./мес., средняя цена конкурентов – 2 100 руб., воспринимаемая потребительская ценность – 2 500 руб. Выберите оптимальный метод и обоснуйте выбор.

Задание 3 (открытый тип). Разработайте коммуникационную стратегию для малого предприятия (бюджет на продвижение – 50 000 руб./мес.) с обоснованием выбора каналов коммуникации и примерным медиапланом.

##### **КТ 3. Защита бизнес-проекта по разделу 3 (темы 3.1–3.2)**

Форма проведения: публичная защита индивидуального или группового (2–3 человека) бизнес-проекта. Продолжительность: 10–15 минут (презентация) + 5–10 минут (ответы на вопросы).

Требования к бизнес-проекту:

1. Описание предпринимательской идеи и ценностного предложения.

2. Анализ рынка (объём, сегментирование, конкуренты).
3. Бизнес-модель (Business Model Canvas).
4. Маркетинговая стратегия (товар, цена, сбыт, продвижение).
5. Логистическая система (каналы поставок и распределения).
6. Финансовый план (прогноз P&L, Cash Flow, анализ безубыточности, NPV).
7. Оценка рисков и меры по их снижению.

**Критерии оценивания эссе (КТ 1):**

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	14–20	Детальное, последовательное раскрытие темы с конкретными примерами из практики предпринимательства
	7–13	Поверхностное изложение без конкретных примеров
	0–6	Тема не раскрыта или раскрыта крайне минимально
Грамотность изложения	14–20	Соблюдены все требования орфографии, грамматики и пунктуации
	7–13	Отдельные ошибки, не мешающие восприятию текста
	0–6	Многочисленные ошибки, затрудняющие восприятие
Логика и структура	14–20	Чёткая структура, аргументы последовательно подтверждают выводы
	7–13	Логика в целом соблюдена, но присутствуют отдельные нарушения
	0–6	Нарушена последовательность, отсутствует логическая связь
Оригинальность и самостоятельность	14–20	Нестандартный подход, собственная позиция автора, инновационные идеи
	7–13	Частично оригинальные идеи, элементы шаблонного мышления
	0–6	Шаблонный подход, отсутствие собственной позиции
Использование источников	14–20	Корректно привлечены актуальные теоретические и практические источники
	7–13	Источники использованы, но без системного анализа
	0–6	Источники не использованы или использованы некорректно
ИТОГО максимально	100	

5.5. Дополнительные материалы и оборудование, необходимые для выполнения проверочных заданий. Для выполнения расчётных заданий открытого типа обучающимся разрешается использование непрограммируемого калькулятора. При выполнении анализа рынка допускается использование открытых интернет-ресурсов (официальные сайты Росстата, ФНС, отраслевых ассоциаций) — при проведении проверочных работ в дистанционном

формате.

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
<b>Итого максимально:</b>		100

## **6. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ, ТИПОВЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. Экзамен проводится в устной или письменной форме по экзаменационным билетам, утверждённым на заседании кафедры. Каждый билет включает два теоретических вопроса и одно практическое задание.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Теоретические вопросы по темам дисциплины:

### **Раздел 1. Маркетинговые основы предпринимательства:**

1. Сущность предпринимательской деятельности; маркетинговая ориентация бизнеса.
2. Виды и организационно-правовые формы предпринимательства в Российской Федерации.
3. Цели, задачи и методы маркетинговых исследований в предпринимательстве.
4. Методы оценки ёмкости рынка и прогнозирования потенциального объёма продаж.
5. Сегментирование рынка: критерии, методы, выбор целевого сегмента.
6. Конкурентный анализ: модель пяти сил Портера, методы оценки конкурентной позиции.
7. Ценностное предложение: понятие и инструменты разработки (Value Proposition Canvas).
8. Бизнес-модель: понятие, структура, Business Model Canvas. Lean Canvas.
9. Lean Startup: концепция, методология, минимально жизнеспособный продукт (MVP).

### **Раздел 2. Маркетинговые технологии управления бизнесом:**

10. Товарная политика предприятия; жизненный цикл товара и маркетинговые стратегии.
11. Управление ассортиментом: матрица BCG, матрица GE/McKinsey.
12. Брендинг в предпринимательстве: разработка бренда, оценка стоимости бренда.
13. Методы ценообразования: затратный, конкурентный, ценностный.

14. Стратегии ценообразования и адаптация цен в условиях рыночной нестабильности.
15. Психологические аспекты ценообразования и динамическое ценообразование.
16. Каналы распределения: виды, функции, критерии выбора. Логистика в системе сбыта.
17. Электронная коммерция и маркетплейсы как каналы сбыта.
18. Интегрированные маркетинговые коммуникации: инструменты и стратегии.
19. Digital-маркетинг: инструменты и эффективность для малого предпринимательства.

### **Раздел 3. Стратегическое развитие и эффективность предпринимательского проекта:**

20. Структура бизнес-плана. Финансовый план предпринимательского проекта.
21. Анализ безубыточности; прогноз прибылей и убытков предприятия.
22. Показатели инвестиционной привлекательности: NPV, IRR, PI, срок окупаемости.
23. Источники финансирования предпринимательской деятельности.
24. Логистическая составляющая финансового плана; оптимизация цепей поставок.
25. Управление предпринимательскими рисками: методы идентификации и снижения.
26. Акселераторы и инкубаторы: отечественный и зарубежный опыт.
27. Структура питч-презентации. Критерии оценки бизнес-проектов инвесторами.

### **Типовые практические задания для промежуточной аттестации:**

1. Рассчитайте прогноз объёма продаж методом «снизу вверх» для предложенного рынка. Определите потенциальный объём выручки предприятия при заданной доле рынка.
2. Проведите анализ безубыточности: рассчитайте точку безубыточности в единицах и в рублях при заданных параметрах (постоянные затраты, переменные затраты, цена единицы). Постройте график безубыточности.
3. Оцените инвестиционную привлекательность бизнес-проекта: рассчитайте NPV и IRR при заданном денежном потоке и ставке дисконтирования.
4. Составьте матрицу BCG для портфеля продуктов компании по представленным данным о темпах роста рынка и относительной доле рынка. Предложите маркетинговые стратегии для каждой группы.

### **6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.**

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

<p>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.</p>	<p>1-59</p>
---	-------------

## **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/>
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/>
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/>
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/>

### **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/>

### **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/>
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/>
12. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (ред. от 04.08.2023). — URL: <http://www.consultant.ru/>
13. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 13.06.2023). — URL: <http://www.consultant.ru/>

#### **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.

- Microsoft Teams / Zoom — для проведения онлайн-консультаций и организации учебного взаимодействия.
- Google Forms / Mentimeter — для проведения интерактивного опроса и работы с аудиторией.
- 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.