Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Алейник Станислав Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.08.2023 10:49:44
Уникальный программный ключ:
5258223550ea9fbeb23726a1609b644b33d8986ab6255891f288f913a1351fae

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ.В.Я.ГОРИНА»

Рассмотрено и одобрено	Утверждаю:
на заседании Ученого совета ИПКА	директора ИПКА
ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ	ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ
«11» мая 2023г.	_____ А.В. Косов
протокол № 5	«11» мая 2023г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации

«Как создать и развивать сельскохозяйственный бизнес»

Объем часов: 36 часов
Форма обучения: очная

Майский, 2023

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Нормативно-правовые основания разработки программы

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273 – ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон № 273-ФЗ);

- Постановление Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов»;

-Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;

-Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

-Приказ Министерства труда и социальной защиты труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 года №366н «Профессиональный стандарт «Маркетолог».

- Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих Раздел I. «Общеотраслевые квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях» должность «Менеджер» (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 № 37) (ред. от 27.03.2018);

- Положение о порядке разработки и утверждения образовательных программ в институте переподготовки и повышения квалификации кадров агробизнеса, утверждено приказом ректора ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ от 30.12.2016;

- Положение об организации итоговой аттестации при реализации дополнительных профессиональных программ, утверждено приказом ректора ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ от 30.12.2016;

- Положение об организации учебного процесса в институте переподготовки и повышения квалификации кадров агробизнеса, утверждено приказом ректора ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ от 30.12.2016

1.2. Требования к слушателям - индивидуальные предприниматели, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование.
Категория слушателей – индивидуальные предприниматели.

1.3. Форма освоения программы - очная

1.4. Цель и планируемые результаты обучения

Целью реализации программы является совершенствование профессиональных компетенций, необходимых для выполнения профессиональной деятельности в рамках имеющейся квалификации по осуществлению управления предпринимательской и маркетинговой деятельностью предприятия с целью разработки и реализации комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающая создание и эффективное управление предпринимательской деятельностью.

Виды профессиональной деятельности и трудовые функции:

Вид профессиональной деятельности	Обобщенная трудовая функция	Уровень квалификации	Основание
08.035 Разработка и реализация комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающая создание и эффективное управление маркетинговой деятельностью	Управление маркетинговой деятельностью организации	8	Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года № 366н

Управление предпринимательской или коммерческой деятельностью предприятия, учреждения, организации, направленной на удовлетворение нужд потребителей и получение прибыли за счет стабильного функционирования	Планирование предпринимательской или коммерческой деятельности, осуществление контроля за разработкой и реализацией бизнес-планов и коммерческих условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, оценивание степени возможного риска	6	Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих Раздел I. «Общеотраслевые квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях» должность «Менеджер» (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 № 37) (ред. от 27.03.2018)

Планируемые результаты обучения:

Совершенствуемая профессиональная компетенция	Трудовые действия	Умения	Знания
ПК-1 Управление маркетинговой деятельностью организации	-организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации -создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации	-разрабатывать маркетинговую стратегию организации; -прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации; -разрабатывать маркетинговую стратегию организации	-методика проведения комплексного маркетингового исследования; -методы и стратегии ценообразования; -особенности риск-менеджмента
ПК-2 Управление предпринимательской или коммерческой деятельностью предприятия	-организация и планирование предпринимательской или коммерческой деятельности предприятия; -осуществление контроля за разработкой и реализацией бизнес-планов, заключение соглашений, договоров и контрактов, оценивание степени возможного риска.	-организовать связь с деловыми партнерами, систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом; -осуществлять анализ спроса на производимую продукцию или услуги, прогноз и мотивацию сбыта посредством изучения и оценки потребностей покупателей.	-законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие предпринимательскую и коммерческую деятельность; -конъюнктуру рынка, порядок ценообразования, налогообложения, основы маркетинга; -порядок разработки бизнес-планов и коммерческих условий соглашений, договоров, контрактов.

1.5. Трудоемкость программы – «Как создать и развивать сельскохозяйственный бизнес» - 36 часов

2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименования модуля, раздела, темы	Всего часов	Контактная работа, час., в том числе: аудиторная работа, час.			с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ), час.			Электронное обучение (ЭО), час.			Самостоятельная работа, час.	Стажировка, час.	Форма контроля		
			Лк	ПЗ	Всего	Лк	ПЗ	Всего	Лк	ПЗ	Всего			З	Э	МЭ
1	Собственное дело в сельскохозяйственной отрасли. Какое направление деятельности выбрать.	**4**	4		**4**											
2	Специфика финансового планирования сельскохозяйственного бизнеса	**6**	6		**6**											
3	Какое направление деятельности наиболее выгодно с точки зрения получения прибыли	**4**	4		**4**											
4	Маркетинг сельскохозяйственного бизнеса	**6**	6		**6**											
5	Бизнес-модели на предприятиях сельского хозяйства	**6**	6		**6**											
6	Особенности сельскохозяйственного бизнеса	**4**	4		**4**											
7	Взаимодействие с торговыми сетями для продвижения продукции на внутренние и внешние рынки	**4**	4		**4**											
8	Итоговая аттестация	**2**													2	
	ИТОГО:	**36**	34	-	**34**										**2**	

Условные обозначения:

ЛК - лекции

ПЗ- практические занятия

СР – самостоятельная работа

З- зачет

Э- экзамен

МЭ-междисциплинарный экзамен

3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Занятия проводятся 5 дней по 6-8 академических часов в день в соответствии с расписанием.

№ п/п	Тема занятий	Дни недели				
		1	2	3	4	5
1	Собственное дело в сельскохозяйственной отрасли. Какое направление деятельности выбрать.	4				
2	Специфика финансового планирования сельскохозяйственного бизнеса	2	4			
3	Какое направление деятельности наиболее выгодно с точки зрения получения прибыли		2	2		
4	Маркетинг сельскохозяйственного бизнеса			6		
5	Бизнес-модели на предприятиях сельского хозяйства				6	
6	Особенности сельскохозяйственного бизнеса				2	2
7	Взаимодействие с торговыми сетями для продвижения продукции на внутренние и внешние рынки					4
8	Итоговая аттестация					**2**
9	**ИТОГО:**	**6**	**6**	**8**	**8**	**8**

4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

4.1.ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

4.1.1 Формат программы основан на едином принципе представления содержания образовательной программы и построения учебных планов и содержит один учебный модуль, подчиненный единой цели программы который включает в себя перечень, трудоемкость, последовательность и распределение учебных занятий, иных видов учебной деятельности обучающихся и форм аттестации.

4.2.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.2.1 Обучение по программе осуществляется на основе договора о платных образовательных услугах, заключаемого со слушателем и (или) с физическим или юридическим лицом, обязующимся оплатить обучение лица, зачисляемого на обучение.

Обучение может осуществляться как единовременно и непрерывно, так и поэтапно посредством освоения отдельных разделов программы.

4.2.2. Обучение осуществляется в соответствии с Учебным планом и календарным учебным графиком.

4.3 РЕСУРСЫ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Профессиональный штат педагогических работников института переподготовки и повышения квалификации кадров агробизнеса, приглашенные на условиях почасовой оплаты преподаватели из числа ведущих ученых, руководителей и специалистов органов государственной власти, практиков.

5. СОДЕРЖАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

5.1. АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Наименование разделов, тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности слушателей	Объем аудиторных часов
Собственное дело в сельскохозяйственной отрасли. Какое направление деятельности выбрать.	-специфика сельскохозяйственного бизнеса; -рентабельный бизнес; -современный рынок; -перспективные и выгодные ниши бизнеса.	лекции-4час.
Специфика финансового планирования сельскохозяйственного бизнеса	-стратегическое планирование; -перспективное планирование; -текущее планирование; -оперативное (текущий планируемый период); -система управления денежными потоками.	лекции-4час.
Какое направление деятельности наиболее выгодно с точки зрения получения прибыли	-актуальность развития с-х сектора; -определение специфики развития с-х бизнеса; -привлечение инвесторов;	лекции-6час.
Маркетинг сельскохозяйственного бизнеса	-специфика аграрного маркетинга; - особенности аграрного маркетинга; -цель маркетинга в агробизнесе.	лекции-6час.
Бизнес-модели на предприятиях сельского хозяйства	-концепция бизнес-модели; -типы инновационных бизнес-моделей: «от прилавка до тарелки», «от поля до прилавка»	лекции-4час.
Особенности сельскохозяйственного бизнеса	-цифровизация аграрного бизнеса; -бизнес-форматы; -инвестиции в сельском хозяйстве	лекции-6час.
Взаимодействие с торговыми сетями для продвижения продукции на внутренние и внешние рынки	-реклама; -личные (прямые) продажи; -пропаганда (PR, паблисити); -стимулирование продаж.	лекции-4час.
Итоговая аттестация	Тестирование	2
Всего часов:		**36**

6. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

6.1. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

Формой итоговой аттестации по итогам освоения программы является тестирование.

6.2 ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

6.2.1 Итоговая аттестация осуществляется в форме тестирования после освоения всех тем программы и подтверждается оценкой *«зачет» или «незачет».*

6.2.2 Итоговая аттестация оформляется зачетными ведомостями, в которых отражают результат эффективности обучения слушателей и принимают решение о выдаче слушателям, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, удостоверения о повышении квалификации.

6.2.3 Лицам, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть программы и (или) отчисленным из ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому ИПКА

6.2.3 Критерии оценки знаний:

Оценка «зачтено» выставляется при условии правильного ответа слушателя на 51% и более тестовых заданий. Оценка «не зачтено» выставляется при условии правильного ответа слушателя на 50% и менее тестовых заданий

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Нормативная литература:

1.Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 27.12.2009) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (принят ГД ФС РФ 06.07.2007) / Статья 4. Категории субъектов малого и среднего предпринимательства.
2.Федеральный закон от 21.07.2005 N 94-ФЗ (ред. от 05.05.2010) "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд" (принят ГД ФС РФ 08.07.2005)/ Статья 15. Особенности участия субъектов малого предпринимательства в размещении заказа.
3.Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ (ред. от 26.04.2010) "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля" (принят ГД ФС РФ 19.12.2008).
4.Указ Президента РФ от 15.05.2008 № 797 "О неотложных мерах по ликвидации административных ограничений при осуществлении предпринимательской деятельности".
5.Указ Президента РФ от 29.06.1998 № 730 "О мерах по устранению административных барьеров при развитии предпринимательства".

Основная литература:

1. Долгосрочная областная целевая программа "Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Волгоградской области" на 2009 - 2011 годы // СПС Консультант Плюс. - М.: 2010.
2. Абчук В.А. Курс предпринимательства: учеб./ под ред. - СПб.: Издательство "Альфа", 2007. - 544с., ил
3. Блинов А.О. Малое предпринимательство. Теория и практика. - М.: Эксмо, 2008. - 149 с.
4. Блинов А. Условия регулирования малого бизнеса // Экономист. 2007. №2. - С. 41-47.
5. Булакова И.В. Формы и способы налоговой поддержки малого предпринимательства // Законодательство и экономика. - 2006. - № 7. - С. 66-69.

Дополнительная литература:

1. Основы бизнеса. / Отв. ред. Рубин Ю.Б. - М.: Экономика, 2007. - 354 с.
2. Омельченко Е.В. Предприятие и предпринимательство. Проблемы роста. - М.: Проспект, 2009. - 269 с.
3. Омельченко Е.В. Российское предпринимательство. Проблемы роста. - М.: Проспект, 2008. - 328 с.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
8.1. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Товарная политика предприятия включает в себя:
а) создание и запуск в производство новых товаров и исключение из производственной программы товаров, потерявших потребительский спрос
б) ценовую политику

в) экономическую политику

2. Ресурсы, полученные и контролируемые субъектом в результате событий прошлых периодов, от которых ожидается получение экономической выгоды в будущем:
а) пассивы
б) активы
в) доход

3. Страховой случай наступает после:
а) оценки ущерба
б) страхового возмещения
в) страховой оценки объекта страхования

4. Возможной функцией упаковки конкретного товара, которые необходимо привести в бизнес-плане, является:
а) обеспечение роста продаж товара
б) обеспечение качества эксплуатации товара
в) размещение описания или рекламы товара

5. Возможной функцией упаковки конкретного товара, которые необходимо привести в бизнес-плане, является:
а) обеспечение роста продаж товара
б) обеспечение удобства использования товара

6. Возможной функцией упаковки конкретного товара, которые необходимо привести в бизнес-плане, является:
а) обеспечение качества самого товара
б) создание возможности обзора содержащегося в упаковке товара
в) обеспечение качества эксплуатации товара

7. Товарное предложение представляет собой:
а) сумму денежных средств, которую население мо-жет предъявить для покупки товаров и оплаты услуг
б) вынесенную на рынок платежеспо-собную потребность населения
в) продукт, который уже находится на рынке или может быть на него доставлен

8. Скорость превращения различных ресурсов фирмы в денежную форму, которая оказывает непосредственное влияние на ее ликвидность, платежеспособность и рентабельность:
а) оборачиваемость
б) оборотность
в) оборот

9. Нижний предел цены определяется:
а) как сумма себестоимости и затрат на оплату труда
б) на уровне себестоимости
в) как сумма издержек и минимальной прибыли

10. Покупательский спрос на продукцию (услуги) на рынке в целом и по отдельным товарам, продавцам, регионам характеризуют такой показатель, как:
а) соотношение спроса и предложения
б) степень удовлетворения спроса, вектор его изменения, формы образования спроса, покупательские намерения

в) товарная структура товарооборота

11. Покупательский спрос на продукцию (услуги) на рынке в целом и по отдельным товарам, продавцам, регионам характеризуют такой показатель, как:
а) потребительский потенциал
б) соотношение спроса и предложения
в) товарная структура товарооборота

12. Вид маркетинга, направленный на снижение чрезмерного спроса на товар или услугу:
а) премаркетинг
б) демаркетинг
в) послемаркетинг

13. Стратегия маркетинга, являющаяся составной частью всего стратегического управления предприятием, разрабатывается на основе:
а) планирования соответствующих работ и мероприятий для достижения целей и выполнения намеченных заданий
б) планирования деловой активности предприятия
в) кооперации деятельности с деловыми партнерами

14. Стратегия маркетинга, являющаяся составной частью всего стратегического управления предприятием, разрабатывается на основе:
а) планирования деловой активности предприятия
б) кооперации деятельности с деловыми партнерами
в) изучения рынка, его количественных и качественных характеристик

15. Убеждающее средство информации о товаре или фирме, коммерческая пропаганда потребительских свойств товара и достоинств деятельности фирмы, готовящая активного и потенциального покупателя к покупке:
а) реклама
б) маркетинг
в) представление

16. Такие стратегии не планируются, так как возникают в результате последовательного поведения менеджмента организации:
а) предписывающие
б) эмерджентные
в) преднамеренные

17. На такой риск наибольшее влияние оказывают сокращение намеченного объема производства и реализации продукции, превышение плановых материальных и трудовых затрат, снижение цен, брак, дефекты изделий, рекламации и др.:
а) инвестиционный
б) кредитный
в) производственный

18. Стандарт «Руководство к своду знаний по управлению проектами» разработан:
а) ассоциацией инновационного развития и управления проектами Японии
б) американским институтом управления проектами (PMI USA)
в) международной Ассоциацией Управления Проектами (IPMA)

19. Коэффициент общей платежеспособности – это отношение:

а) итога баланса к собственному капиталу
б) итога баланса к заемному капиталу
в) собственного капитала к итогу баланса

20. Метод статистического описания данных (измеренных значений, характерных значений):
а) распределение товара
б) распределение частотности
в) распределение средств

21. На сбыт продукции может оказать влияние:
а) престиж предприятия
б) структура баланса
в) традиции предприятия

22. Бизнес-план — это документ описывающий:
а) социальный состав фирмы
б) основные аспекты будущей деятельности фирмы
в) систему налоговых льгот

23. Коэффициент текущей ликвидности — это соотношение:
а) текущих активов к долгосрочным пассивам
б) заемных средств к собственным средствам
в) текущих активов к краткосрочным пассивам

24. Финансовая нестабильность — это ситуация, которая характеризуется:
а) долгосрочными обязательствами
б) неплатежами
в) высокой ликвидностью

25. При формировании ассортимента руководствуются:
а) пропускной способностью оборудования
б) квалификацией персонала
в) структурой спроса конкретных потребителей

26. План производства включает в себя:
а) прогнозирование инфляции
б) описание производственного процесса
в) описание потребительских свойств товара

27. Организационная структура предприятия определяет:
а) состав и схему производственно-управленческого аппарата
б) требования к технике безопасности
в) квалифицированный подбор кадров

28. Валовая прибыль — это:
а) выручка за минусом налогов
б) выручка за минусом внереализационных расходов
в) разница между чистой выручкой и себестоимостью без учета косвенных затрат

29. Активы включают в себя:
а) основные и оборотные средства

б) нераспределенную прибыль
в) краткосрочные займы

30. Оценка риска может производиться с помощью следующего показателя:
а) норма прибыли на собственный капитал
б) усредненный отчетный доход
в) коэффициент покрытия

Составитель программы:

Начальник центра образовательных
программ зооветеринарного направления /_____/. Хохлова Т.А.