Наименование курса :	**Предпринимательство**
Цель обучения	Цель обучения — предоставить потенциальным и начинающим предпринимателям необходимые базовые знания и навыки для создания собственного предприятия и начала деятельности в предпринимательстве в качестве предпринимателя. На курсе учащиеся получат представление о том, какое значение имеет бизнес-план при создании нового предприятия, а также получат навыки по разработке бизнес-плана устойчивого предприятия.
Код программы обучения:	Управление и администрирование
Язык обучения	Русский
Условия начала обучения	□ среднее и/или высшее образование; □ базовые компьютерные навыки: Word, Excel, PowerPoint, Интернет, инструменты искусственного интеллекта.
Объем обучения:	**160 академических часов (45 минут), в том числе:** • 80 академических часов аудиторных занятий • 80 академических часов самостоятельной работы

Содержание

Модуль		**Кол-во часов**	**Подтемы**
I	**Введение в предпринимательство и компетенции, необходимые предпринимателю**	4	Формирование предпринимателя — мотивы и движущие силы. Личностные качества, необходимые предпринимателю, самоанализ. Компетенции, необходимые предпринимателю, и мои возможности как предпринимателя. Сущность предпринимательства, тенденции развития предпринимательства.
	Предпринимательская среда, бизнес-идея и бизнес-модель	20	От идеи к бизнес-идее: поиск бизнес-идеи, анализ и оценка бизнес-модели. Цели предприятия, стратегия, ценностное предложение и план действий. Юридические формы предприятия и их особенности, выбор местоположения и названия компании. Этапы создания предприятия. Информационные каналы и структуры поддержки для предпринимателей. Сущность бизнес-плана, его структура и цели составления.
II	**Рынок. Клиенты**	10	Целевые рынки и целевые группы, покупательское поведение потребителей и сегментация рынка. Определение профиля клиента (модели поведения, привычки, регионы, решения о покупке, платежеспособность и т.д.).

			Определение объема спроса и предложения и рыночного равновесия. Методы исследования рынка (как узнать, кому и почему нужен продукт/услуга). Инструменты определения клиента/потребителя и спроса. Поиск и использование статистических данных (отрасль и размер рынка, количество клиентов, цены, рыночная конъюнктура, тенденции).
	Услуги и продукты	8	Дизайн продукта и/или услуги. Основы разработки и проектирования продукта. Позиционирование продукта или услуги на рынке. Жизненный цикл продукта. Этапы производственного и сервисного процесса. Цепочка поставок (сырье, производство, продажа, утилизация). Планирование ресурсов.
	Конкуренция	8	Анализ конкуренции. Барьеры входа на рынок. Прямые конкуренты. Косвенные конкуренты. Товары и услуги-заменители. Модели поведения и стратегии конкурентов. Конкурентные преимущества.
	Маркетинг	12	Маркетинговые стратегии в различных сферах и регионах, организация продаж. Выбор маркетинговых каналов и возможностей. Направления и тенденции. Выбор маркетинговых мероприятий в зависимости от сферы деятельности, целевой группы, продукта и бюджета. Планирование маркетинга (измеримые цели в плане действий, бюджет).
	Каналы продаж и распределения	6	Каналы и стратегии распределения. Стимулирование продаж и процесс продаж. Логистика.
III	**Управление предприятием**	4	Запуск, управление и развитие предприятия на основе бизнес-модели.
	Анализ рисков	8	SWOT-анализ. Основные риски, связанные с предпринимательской деятельностью, и их сценарии. Снижение рисков.
ВСЕГО		**80**	

Рассматриваемые темы	Методика обучения и описание содержания деятельности	Результаты обучения
Введение в предпринимательство и компетенции, необходимые предпринимателю		
• Формирование предпринимателя — мотивы и движущие силы. • Личностные качества, необходимые предпринимателю, самоанализ. • Компетенции, необходимые предпринимателю, и мои возможности как предпринимателя. • Сущность предпринимательства, тенденции развития предпринимательства.	***Методы обучения:*** лекция; проблемный метод (приобретение новых знаний путем использования конкретной проблемы); групповое (тематическое) обсуждение	***Слушатель:*** • знает основные качества, которыми необходимо обладать для ведения предпринимательской деятельности; • понимает тенденции развития предпринимательства и способен к анализу внешней бизнес-среды; знает этапы создания фирмы и необходимые для этого процедуры.
Ettevõtluskeskond, äriidee ja ärimudel		
• От идеи к бизнес-идее: поиск бизнес-идеи, анализ и оценка бизнес-модели. • Цели предприятия, стратегия, ценностное предложение и план действий. • Юридические формы предприятия и их особенности, выбор местоположения и названия компании. Этапы создания предприятия. • Важные для предпринимателя информационные каналы и структуры поддержки. • Сущность бизнес-плана, его структура и цели составления	***Методы обучения:*** метод конкретных ситуаций (case study - обучение путем решения конкретных задач-ситуаций), метод демонстрации; самостоятельная работа; практические задания; работа в парах	***Слушатель:*** • способен выявлять направления деятельности, которые являются перспективными и обладают высоким потенциалом роста; • может формулировать видение и миссию своей фирмы, стратегические цели ее развития; • владеет навыками разработки программы запуска своей фирмы • знает основные информационные каналы и поддерживающие предпринимателей структуры, умеет их использовать для ведения бизнеса; • знает структуру бизнес-плана, этапы его подготовки и и наполнение отдельных разделов; • способен к анализу жизнеспособности на рынке своей бизнес-идеи
Рынок. Клиенты		

• Целевые рынки и целевые группы, покупательское поведение потребителей и сегментация рынка. • Определение профиля клиента (модели поведения, привычки, регионы, решения о покупке, платежеспособность и т.д.). • Определение объема спроса и предложения и рыночного равновесия. • Методы исследования рынка (как определить, кому и почему необходим продукт или услуга). • Инструменты для определения клиента/потребителя и уровня спроса. • Поиск и использование статистических данных (отрасль и размер рынка, количество клиентов; цены, рыночная конъюнктура и связанные факторы; тенденции).	***Методы обучения:*** лекция; самостоятельная работа в мини-группах; практические задания; обсуждение;	***Слушатель:*** • способен провести сегментацию рынка и определить основные целевые группы для продукта (товара/услуги) своей фирмы; • может формировать портрет основного клиента с учетом его ожиданий относительно предлагаемого товара (услуги); • знает основные методы исследования целевого рынка и может их применить на практике (организовать опрос/ анкетирование потенциальных клиентов для выявления уровня спроса на пердлагаемый фирмой продукт); • умеет использовать (получать и обрабатывать) статистические данные для анализа состояния целевого рынка (уровень цен; общая численность целевых групп; тентенции развития рынка и т.д.)
Услуги и продукты		

• Целевые рынки и целевые группы, покупательское поведение потребителей и сегментация рынка. • Определение профиля клиента (модели поведения, привычки, регионы, решения о покупке, платежеспособность и т.д.). • Определение объема спроса и предложения и рыночного равновесия. • Методы исследования рынка (как определить, кому и почему необходим продукт/услуга). • Инструменты для определения клиента/потребителя и уровня спроса. • Поиск и использование статистических данных (отрасль и размер рынка, количество клиентов; цены, рыночная конъюнктура и связанные факторы; тенденции).	***Методы обучения:*** лекция; метод анализа; метод конкретных ситуаций (case study); практические задания; обсуждение	***Слушатель:*** • способен четко выделить конкурентные преимущества продукта фирмы (товара/услуги); • может оценить качество производимого товара (оказываемой услуги); • представляет возможные варианты развития товара (услуги) в будущем (по мере насыщения рынка аналогами) • знает как организовать необходимые поддерживающие (вспомогательные) бизнес-процессы; способен осуществлять планирование ресурсов, необходимых для деятельности фирмы
Конкуренция		
• Анализ конкуренции. • Барьеры входа на рынок. • Прямые конкуренты. • Косвенные конкуренты. Товары и услуги-заменители. • Модели поведения и стратегии конкурентов. • Конкурентные преимущества.	***Методы обучения:*** проблемный метод; метод демонстрации; групповое (тематическое) обсуждение; метод анализа; самостоятельная работа	***Слушатель:*** • знает как выполнить анализ конкурентной среды по различным критериям (цена; качество; уровень издержек и др.); • умеет идентифицировать прямых и косвенных конкурентов своей фирмы, выявить их сильные и слабые стороны; • способен четко определить позиции своей фирмы среди конкурентов (с учетом имеющихся у нее конкурентных преимуществ перед другими участниками рынка)

Маркетинг		
• Маркетинговые стратегии в различных сферах и регионах, организация продаж. • Выбор маркетинговых каналов и возможностей. Направления и тенденции. • Выбор маркетинговых мероприятий в зависимости от сферы деятельности, целевой группы, продукта и бюджета. • Планирование маркетинга (измеримые цели в плане действий, бюджет).	***Методы обучения:*** лекция; проблемный метод; групповое (тематическое) обсуждение; метод анализа; практические задания	***Слушатель:*** • способен организовать процесс обслуживания клиентов и продаж товара (услуги); • может наладить каналы распределения, анализировать действия конкурентов и вырабатывать решения, касающиеся изменения маркетинговой политики; • знает как планировать маркетинговую деятельность фирмы и разрабатывать рекламный бюджет
Каналы продаж и распределения		
• Каналы распределения и стратегии сбыта. • Стимулирование продаж и процесс продаж. • Логистика.	***Методы обучения:*** проблемный метод; практические задания; групповое (тематическое) обсуждение	***Слушатель:*** • умеет подбирать эффективные каналы продвижения товара с учетом финансовых возможностей своей фирмы; • способен оценить эффективность различных видов рекламы предлагаемого покупателям товара (услуги); • знает как разрабатывать прогноз продаж своей фирмы с учетом сезонных колебаний спроса
Управление предприятием		
• Запуск, управление и развитие предприятия на основе бизнес-модели.	***Методы обучения:*** лекция; метод анализа; метод конкретных ситуаций (case study); практические задания; обсуждение	***Слушатель:*** • способен идентифицировать типы сотрудников и оценить эффективность их работы; • знает процедуру найма и адаптации нового сотрудника; • понимает мотивацию сотрудника и владеет методами его эффективного стимулирования

Анализ рисков		
• SWOT-анализ. • Основные риски, связанные с предпринимательской деятельностью, и их сценарии. • Снижение (минимизация) рисков.	***Методы обучения:*** лекция; проблемный метод метод конкретных ситуаций (case study); самостоятельная работа	***Слушатель:*** • знает методику проведения SWOT-анализа (этапы проведения и основные требования к ним) и способен грамотно интерпретировать на практике полученные результаты; • умеет использовать сценарный подход при анализе рисков и оценке последствий их влияния на свою фирму; • знает основные способы управления рисками и может их применять в деятельности своей фирмы

Методы обучения	Обучение предпринимательству является интерактивным: в ходе курса решаются практические задания, проводятся обсуждения тем, связанных с началом предпринимательской деятельности, что способствует повышению конкурентоспособности начинающего предприятия. В ходе обучения участникам оказывается консультационная поддержка по составлению и дальнейшей доработке бизнес-плана. После прохождения курса участники знают, куда и к кому обращаться за предпринимательской информацией, а также из каких источников можно получить финансовую поддержку. По завершении обучения участники подготавливают бизнес-план, который должны быть способны защитить.
Самостоятельная работа	В ходе самостоятельной работы учащиеся закрепляют знания, полученные на занятиях, выполняя мини-задания, предусмотренные учебными материалами курса. Эти задания соответствуют отдельным разделам бизнес-плана. Выполнение всех мини-заданий в течение курса позволяет шаг за шагом составить полный бизнес-план.
Учебные материалы	Учебные материалы, подготовленные учебным центром.
Условия завершения обучения и выдаваемые документы	• Посещение не менее **80% занятий**. • В конце курса предусмотрена **защита бизнес-плана**. Обычно результаты оценивает преподаватель курса или комиссия.

	• После завершения курса выдается **сертификат**.
Квалификация преподавателя	Магистерская или докторская степень в области экономики, финансов или бизнеса; реальный практический опыт предпринимательской деятельности; опыт менторства.
Учебная среда	Обучение проводится **ОНЛАЙН (ZOOM)**.)