

Автономная некоммерческая организация
«Центр развития предпринимательства»
(АНО «ЦРП»)

Утверждаю:
Исполнительный
директор
АНО «ЦРП»
А.П. Селезнев
«29» июня 2024 г.



**Дополнительная общеобразовательная программа -
дополнительная общеразвивающая программа
«Путь мастера: развитие навыков предпринимательства»**

Ижевск, 2024

Общая характеристика программы

Дополнительная общеобразовательная программа - дополнительная общеразвивающая программа «Путь мастера: развитие навыков предпринимательства» (далее – Программа) разработана и реализуется на основе следующих нормативных правовых актов:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»,

- Постановление Правительства РФ от 18.09.2020 № 1490 «О лицензировании образовательной деятельности»,

- Приказ Министерства просвещения РФ от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам».

Программа имеет социально-экономическую направленность.

Программа является **актуальной** по нескольким причинам.

Во-первых, в современном мире все больше людей стремятся к независимости и самореализации через создание собственного бизнеса. Образовательная программа по развитию предпринимательства помогает им получить необходимые знания и навыки для успешного запуска и ведения своего дела.

Во-вторых, программа способствует формированию предпринимательской культуры в обществе. Она помогает людям понять, что предпринимательство - это не только возможность заработать деньги, но и способ внести свой вклад в общество, создавая новые рабочие места и развивая экономику.

В-третьих, программа обучения предпринимательству помогает подготовить будущих лидеров бизнеса. Они получают знания о том, как разрабатывать стратегии, управлять рисками, принимать решения и работать в команде. Это позволяет им успешно конкурировать на рынке и достигать высоких результатов.

Кроме того, образовательная программа по развитию предпринимательства имеет большое значение для экономики страны. Она способствует созданию новых предприятий, привлечению инвестиций и развитию инновационных проектов. Все это положительно влияет на рост ВВП и создание новых рабочих мест.

Новизна Программы заключается в том, чтобы идти в ногу со временем, учитывать современные тенденции и потребности рынка, а также предлагать

новые подходы к обучению, которые помогут слушателям стать успешными предпринимателями.

Цель образовательной программы – формирование у слушателей теоретических знаний и практических умений в области развития, расширения и увеличения эффективности собственного бизнеса.

Задачи программы:

1. Обучение основам предпринимательства: программа предоставляет слушателям базовые знания о том, что такое предпринимательство, как разработать бизнес-идею, составить бизнес-план, определить целевую аудиторию и рынок, выбрать организационно-правовую форму и т.д.

2. Развитие навыков предпринимательства: программа помогает слушателям развивать навыки, необходимые для успешного ведения бизнеса.

3. Подготовка к запуску бизнеса: программа предоставляет слушателям практические инструменты и знания, необходимые для запуска и ведения собственного бизнеса, включая маркетинг, финансы, управление персоналом и другие аспекты.

4. Практическое применение знаний: программа предоставляет слушателям возможность применить полученные знания на практике.

5. Формирование предпринимательской культуры: программа способствует формированию предпринимательской культуры среди слушателей, помогая им осознать важность предпринимательства для общества и экономики, а также вдохновляя их на создание собственных предприятий.

6. Помощь в поиске финансирования: программа помогает слушателям найти источники финансирования для своих бизнес-проектов.

7. Содействие в создании сети контактов: программа помогает слушателям создать сеть контактов, которая будет полезной для их будущего бизнеса, включая потенциальных партнеров, клиентов, инвесторов и других профессионалов.

Категория слушателей - к освоению программы допускаются совершеннолетние лица, без требований к уровню образования.

Формы, методы обучения:

Метод обучения – реализация содержания курса осуществляется посредством лекционных занятий, практических работ в различных вариациях, выполнения самостоятельной работы.

Форма обучения: заочная, с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Условия реализации программы

Кадровое обеспечение: программу реализуют преподаватели, соответствующие требованиям законодательства.

Контроль и оценка полученных знаний и навыков

Контроль и оценка полученных знаний и навыков предполагает:

Промежуточный контроль: отслеживание активности на образовательной платформе, выполнение практических заданий (работа с тренером), участие в онлайн встречах.

Итоговый контроль: проверка выполнения всех промежуточных контролей.

Документ об обучении.

Лицу, освоившему образовательную программу, выдается документ об обучении по образцу, установленному самостоятельно организацией, осуществляющей образовательную деятельность.

Учебный план

№ п/п	Наименование учебных модулей	Всего часов	Лекции	Практические занятия	СРС
1	Быстрый старт	5	3	2	0
2	Быстрый результат	14	8	6	0
2.1	Продукт	4	2	2	–
2.2	Продвижение	4	2	2	–
2.3	Продажи	4	2	2	–
2.4	Управление процессами	1	1	–	–
2.5	Личный бренд	1	1	–	–
3	Основная программа обучения	28	14,5	13,5	0
3.1	Продукт	5	2,5	2,5	0
3.1.1	Продуктовое предложение	1	0,5	0,5	–
3.1.2	Формирование продукта	1	0,5	0,5	–
3.1.3	Продуктовая линейка	1	0,5	0,5	–
3.1.4	Уникальность (УТП) продукта	1	0,5	0,5	–
3.1.5	Ценообразование продуктов	1	0,5	0,5	–
3.2	Маркетинг и продвижение	5,5	3	2,5	0
3.2.1	Воронка для привлечения клиентов	1	0,5	0,5	–
3.2.2	Основные маркетинговые инструменты	1,5	1	0,5	–
3.2.3	Стратегия для продвижения в социальных сетях	1	0,5	0,5	–
3.2.4	Контент-план для ведения социальных сетей	1	0,5	0,5	–
3.2.5	Сценарии прогревов	1	0,5	0,5	–
3.3	Продажи	4,5	2,5	2	0
3.3.1	Воронка продаж	1	0,5	0,5	–
3.3.2	Скрипты продающих диагностик	1,5	1	0,5	–
3.3.3	Удержание клиентов внутри продуктовой воронки	1	0,5	0,5	–
3.3.4	Потребность в продукте, исходя из ситуации клиента	1	0,5	0,5	–
3.4	Личный бренд	2	1	1	0
3.4.1	Образ эксперта, которому доверяют люди	1	0,5	0,5	–
3.4.2	Личный бренд	1	0,5	0,5	–
3.5	Управление // команда и найм	4	2	2	0
3.5.1	Воронка для найма специалиста	1	0,5	0,5	–
3.5.2	Адаптация новых сотрудников к работе	1	0,5	0,5	–

3.5.3	Должностные инструкции/регламенты	1	0,5	0,5	–
3.5.4	Мотивация	1	0,5	0,5	–
3.6	Управление // процессы и администрирование	3	1,5	1,5	0
3.6.1	Делегирование	1	0,5	0,5	–
3.6.2	Система ключевых показателей	1	0,5	0,5	–
3.6.3	Инструменты ежедневной отчетности для контроля метрик	1	0,5	0,5	–
3.7	Управление // юридические аспекты и финансы	4	2	2	0
3.7.1	Юридическое оформление деятельности	1	0,5	0,5	–
3.7.2	Законные отношения с сотрудниками/подрядчиками и клиентами	1	0,5	0,5	–
3.7.3	Платежные системы для оказания услуг/предоставления продукта	1	0,5	0,5	–
3.7.4	Налоги	1	0,5	0,5	–
	ИТОГО	47	25,5	21,5	0

Содержание курса

Быстрый старт

- Распаковка экспертности
- Анализ конкурентов
- Постановка и декомпозиция цели
- Работа с психологией мышления (блокеры роста)

Быстрый результат

Продукт

- Продуктовое предложение
- Формирование гипотезы спроса
- Тестирование гипотезы спроса
- Минимальный работоспособный продукт (MVP)
- Уникальное торговое предложение (УТП)
- Ценообразование
- Сбор обратной связи от целевой аудитории

Продвижение

- Формирование офферов (торговых предложений)
- Маркетинговая связка
- Тестирование маркетинговых связок
- Упаковка продающего предложения
- Размещение предложения в социальных сетях

Продажи

- Воронка продаж
- Диагностика. Продажа через диагностику
- Скрипт продаж
- Отработка возражений

Управление процессами

- Организационно-правовая форма. Ее виды
- Система управления процессами в компании
- Планирование

Личный бренд

- Формирование личного бренда
- Подрядчики по ведению социальных сетей
- Контент-план

Основная программа обучения

Продукт

- Продуктовое предложение.
- Формирование продукта
- Продуктовая линейка
- Уникальность (УТП) продукта
- Ценообразование продуктов

Маркетинг и продвижение

- Воронка для привлечения клиентов
- Основные маркетинговые инструменты
- Стратегия для продвижения в социальных сетях
- Контент-план для ведения социальных сетей
- Сценарии прогревов

Продажи

- Воронка продаж
- Скрипты продающих диагностик
- Удержание клиентов внутри продуктовой воронки
- Потребность в продукте, исходя из ситуации клиента

Личный бренд

- Образ эксперта, которому доверяют люди
- Личный бренд

Управление // команда и найм

- Воронка для найма специалиста
- Адаптация новых сотрудников к работе
- Должностные инструкции/регламенты
- Мотивация

Управление // процессы и администрирование

- Делегирование
- Система ключевых показателей
- Инструменты ежедневной отчетности для контроля метрик

Управление // юридические аспекты и финансы

- Юридическое оформление деятельности
- Законные отношения с сотрудниками/подрядчиками и клиентами
- Платежные системы для оказания услуг/предоставления продукта
- Налоги

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

1. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора / Пер.с англ.- М.: Альпина Паблишер, 2017. — 286 с.— ISBN 978-5-9614-2345-7 Режим доступа: <http://lib.alpinadigital.ru/ru/library>
2. Бланк С., Дорф Б., Стартап. Настольная книга основателя - Пер.с англ. - М: Альпина Паблишер, 2017 — 616 с. — ISBN 978-5-9614-2809-4 — Режим доступа: <http://lib.alpinadigital.ru/ru/library>
3. Бланк С., Четыре шага к озарению. Стратегии создания успешных стартапов - М: Альпина Паблишер, 2017 — 368 с. — ISBN 978-5-9614-3445-3 — Режим доступа: <http://lib.alpinadigital.ru/ru/library>
4. Гасман О., Франкенбергер К., Шик М., Бизнес-модели. 55 лучших шаблонов -М: Альпина Паблишер, 2016 — 432 с. — ISBN 978-5-9614-4314-1 — Режим доступа: <http://lib.alpinadigital.ru/ru/library>
5. Гиротра К. Нетесин С., Оптимальная бизнес-модель. Четыре инструмента управления рисками - М: Альпина Паблишер, 2017 — 216 с. ISBN 978-5-9614-3469-9 - Режим доступа: <http://lib.alpinadigital.ru/ru/library>
6. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. Пер с англ. М.: Альпина Паблишер, 2016 453 с. ISBN 978-5-9614-4336-3 - Режим доступа: <http://lib.alpinadigital.ru/ru/library>