

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет
им. Г. И. Носова»
Многопрофильный колледж



**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ**

по учебной дисциплине

**ОП. 07 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И
МАРКЕТИНГА**

для студентов специальности

19.02.10 Технология продукции общественного питания

базовой подготовки

Магнитогорск, 2018

ОДОБРЕНО:

Предметно-цикловой
комиссией
Сферы обслуживания
Председатель 
И.В. Авдюшина
Протокол №6 от 21.02.2018 г.

Методической комиссией МпК
Протокол №4 от «01» марта 2018г

Составитель:

преподаватель ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова» МпК И.А. Балашова

Методические указания по выполнению практических работ разработаны на основе рабочей программы учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга».

Содержание практических работ ориентировано на подготовку обучающихся к освоению профессиональных модулей программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 19.02.10 Технология продукции общественного питания и овладению профессиональными компетенциями.

СОДЕРЖАНИЕ

1 Введение	4
2 Методические указания	7
Практическая работа 1	8
Практическая работа 2	16
Практическая работа 3	24
Практическая работа 4	27
Практическая работа 5	29
Практическая работа 6	32
Практическая работа 7	36
Практическая работа 8	41
Практическая работа 9	49
Практическая работа 10	52
Практическая работа 11	54
Практическая работа 12	58

1 ВВЕДЕНИЕ

Важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки обучающихся составляют практические занятия.

Состав и содержание практических занятий направлены на реализацию Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования.

Ведущей дидактической целью практических занятий является формирование профессиональных практических умений (умений выполнять определенные действия, операции, необходимые в последующем в профессиональной деятельности) или учебных практических умений, необходимых в последующей учебной деятельности.

В соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» предусмотрено проведение практических занятий.

В результате их выполнения, обучающийся должен:

уметь:

- У1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- У2 применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- У3 анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

Содержание практических работ ориентировано на подготовку студентов к освоению профессионального модуля программы подготовки специалистов среднего звена по специальности и овладению **профессиональными компетенциями:**

ПК 1.1. Организовывать подготовку мяса и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции;

ПК 1.2. Организовывать подготовку рыбы и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции;

ПК 1.3. Организовывать подготовку домашней птицы для приготовления сложной кулинарной продукции.

ПК 2.1. Организовывать и проводить приготовление канапе, легких и сложных холодных закусок;

ПК 2.2. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы;

ПК 2.3. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных соусов;

ПК 3.1. Организовывать и проводить приготовление сложных супов;

ПК 3.2. Организовывать и проводить приготовление сложных горячих соусов;

ПК 3.3. Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из овощей, грибов и сыра;

ПК 3.4. Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы;

ПК 4.1. Организовывать и проводить приготовление сдобных хлебобулочных изделий и праздничного хлеба;

ПК 4.2. Организовывать и проводить приготовление сложных мучных кондитерских изделий и праздничных тортов;

ПК 4.3. Организовывать и проводить приготовление мелкоштучных кондитерских изделий;

ПК 4.4. Организовывать и проводить приготовление сложных отделочных полуфабрикатов, использовать их в оформлении;

ПК 5.1. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных десертов;

ПК 5.2. Организовывать и проводить приготовление сложных горячих десертов;

ПК 6.1. Участвовать в планировании основных показателей производства;

ПК 6.2. Планировать выполнение работ исполнителями.

ПК 6.3. Организовывать работу трудового коллектива;

ПК 6.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями;

ПК 6.5. Вести утвержденную учетно-отчетную документацию

А также формированию **общих компетенций**:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий;

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации;

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Выполнение студентами практических работ по учебной дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» направлено на:

- обобщение, систематизацию, углубление, закрепление, развитие и детализацию полученных теоретических знаний по конкретным темам учебной дисциплины;

- формирование и развитие умений: наблюдать, сравнивать, сопоставлять, анализировать, делать выводы и обобщения, самостоятельно вести исследования, пользоваться различными приемами измерений, оформлять результаты в виде таблиц, схем, графиков;

- развитие интеллектуальных умений у будущих специалистов;

- выработку при решении поставленных задач профессионально значимых качеств, таких как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.

Практические занятия проводятся после соответствующей темы, которая обеспечивает наличие знаний, необходимых для ее выполнения.

2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Разделы/темы	Темы практических занятий	Количество часов	Требования ФГОС СПО (уметь)
Раздел 1 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ		21	
1.4. Экономический анализ и бизнес-планирование	№ 1 Ознакомление со структурой и содержанием бизнес-плана в сфере общественного питания (кафе, ресторана и т. д.)	4	У1
1.5 Издержки производства и обращения. Ценообразование, себестоимость, валовой доход	№ 2 Группировка затрат по элементам и по статьям	2	У1
	№ 3 Расчет и анализ себестоимости и валового дохода	2	У1
	№ 4 Расчет розничной и продажной цены	2	У1
	№ 5 Расчет основных видов прибыли	3	У1
1.6 Трудовые ресурсы. Эффективность и оплата труда	№ 6 Расчет показателей по труду, изучение их взаимосвязи	2	У1
1.7 Налоговая система	№ 7 Расчет НДС, налога на прибыль и единого социального налога	2	У1
1.8 Финансы предприятия. Инновационная и инвестиционная политика	№ 8 Расчет показателей эффективности использования основных и оборотных средств, потребности в оборотных средствах	4	У1
Раздел 2 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА		2	

Тема 2.2 Коммуникации на предприятии	№ 9 Решение производственных ситуаций по мотивации персонала к труду	2	У2
Раздел 3 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА		6	
Тема 3.3 Реклама	№ 10 Определение «жизненного цикла» продукции и услуг общественного питания	2	У3
	№ 11 Составление рекламных текстов на товары и услуги	2	У3
	№ 12 Ознакомление с методами сбора и анализа маркетинговой информации	2	У3
ИТОГО		29	

Практическое занятие №1

Тема 1.4 Экономический анализ и бизнес-планирование

Ознакомление со структурой и содержанием бизнес-плана в сфере общественного питания (кафе, ресторана и т. д.)

Цель работы: ознакомить со структурой бизнес-плана; научить составлять структурные элементы бизнес-плана.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У3 анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций, раздаточный материал

Задание:

1. Составить титульный лист и резюме бизнес-плана предприятия по нижеприведенным образцам.
 2. Оформить отчет о проделанной работе.
 3. Ответить на контрольные вопросы (устно).
- Контрольные вопросы

1. Что понимается под бизнес-планом и каково его значение для деятельности предприятия?
2. Из каких разделов может состоять бизнес-план?
3. Какие основные функции выполняет бизнес-план?

титульный лист бизнес-плана

Бизнес-План

Предприятие: _____

Адрес: _____

Телекс _____, факс _____, телефон _____

Кому: _____

Краткое название проекта (до 20-30 знаков)

Полное наименование проекта:

Руководитель предприятия: _____

Проект подготовил: _____

Дата начала реализации проекта: "___" _____ 20_ г.

Продолжительность проекта _____ лет.

Период времени от даты, на которую актуальны исходные данные, до даты начала проекта: _____ мес.

Дата составления: «___» _____ 20_ г.

Резюме проекта

1.1 Суть проекта. Здесь необходимо обосновать реальность создания конкурентоспособного предприятия питания выбранного студентом типа и обозначить необходимость проекта по следующим основаниям:

- убедить инвестора (коммерческий банк) в необходимости кредитования проекта;
- рассчитав риски, определить пути повышения конкурентоспособности.

1.2 Эффективность проекта. Обозначить преимущества данного проекта по сравнению с альтернативными по некоторым критериям, например, минимизации капитальных затрат, более высокой рентабельности и пр.

1.3 Сведения о фирме. Обозначить отраслевую принадлежность предприятия, его организационно-правовую форму, принципы подбора сотрудников и персонала.

1.4 Команда управления. Назвать имена и должности аппарата управления фирмы.

1.5 План действий. Указать последовательность этапов инвестиционной деятельности

1.6 Финансирование. Здесь необходимо указать основные источники финансирования данного проекта.

1.7 Срок, порядок и гарантии возврата инвестиций. Указать примерные сроки окупаемости проекта с момента начала его реализации, порядок погашения займов; назвать гарантов, а также имущественные и финансовые гарантии возврата инвестиций.

Краткие теоретические сведения:

Базовая структура бизнес-плана

Бизнес-план – план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.

Бизнес-план – краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективный желаемый результат и определить средства для его достижения. Бизнес-план является документом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля

Структура и содержание бизнес-плана могут варьироваться в зависимости от цели составления этого документа и области применения (производственные, сервисные, торговые и др. компании). В настоящее время существуют несколько групп стандартов его составления.

Самыми распространенными среди них являются стандарты:

- Европейского Союза в рамках программы по содействию ускорению процесса экономических реформ в содружестве независимых государствах (TACIS);

- Организацией Объединённых Наций по промышленному развитию (UNIDO);
- Федерального фондом поддержки малого предпринимательства (ФФПМП);
- Международной сети фирм, предоставляющих аудиторские, налоговые и консультационные услуги КМРPG;
- Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР);
- Министерства финансов РФ;

На основании анализа стандартов можно выделить следующую типовую структуру бизнес-плана:

1. Титульный лист.
2. Резюме/Вводная часть.
3. Анализ положения дел в отрасли.
4. Сущность проекта.
5. План маркетинга.
6. Производственный план.
7. Организационный план.
8. Финансовый план.
9. Оценка рисков.
10. Приложения.

Титульный лист. Назначение раздела – дать представление о проекте. На его основе потенциальный инвестор может сразу определить, представляет ли для него интерес участие в проекте. Обычно на титульном листе отражаются следующие данные:

- полное название фирмы;
- сведения о владельцах или учредителях;
- краткая характеристика сути предлагаемого проекта;
- общая стоимость проекта;
- указание на конфиденциальный характер данного документа.

Резюме/Вводная часть. Главной задачей раздела является укрепление заинтересованности потенциального инвестора в проекте на основе краткого освещения его наиболее важных положений. В зависимости от общей величины бизнес-плана объем данного раздела может составить одну – четыре страницы. Раздел включает:

- более подробную характеристику направления деятельности предприятия;
- общую оценку состояния спроса на данную продукцию на основе проведенного анализа рыночной ситуации и перспектив ее изменения в будущем;
- обоснование перспективности проекта;
- необходимый объем инвестиций для реализации проекта;

- контрольные сроки по проекту.

К написанию этой части рекомендуется приступать после того, как подготовлены остальные разделы бизнес-плана.

Анализ положения дел в отрасли. Задачей раздела является доказательство высокой степени обоснованности главной идеи проекта. Поэтому здесь приводятся результаты комплексных маркетинговых исследований по следующим показателям:

- динамика продаж в отрасли за ряд предшествующих лет и прогнозируемые темпы их роста;
- тенденции ценообразования;
- всесторонняя характеристика конкурентов;
- выделение новых и быстрорастущих фирм в отрасли с характеристикой основных направлений их деятельности и специфики рыночных стратегий;
- характеристика потребителей;
- оценка влияния научно-технических и социальных аспектов;
- перспективные рыночные возможности.

Сущность проекта. В этой части излагается основная идея предлагаемого проекта. После знакомства с ней инвестор должен четко представлять конкретное изделие (или услугу), степень готовности предприятия к его производству и предпосылки для его осуществления, а также необходимые для этого средства. В связи с этим в данном разделе отражаются следующие положения:

- основные цели;
- характеристика целевой группы потребителей, которую предполагается обслуживать, и ключевых факторов успеха на рынке;
- подробное описание (техническая спецификация) изделия, параметры которого должны соответствовать требованиям выбранного сегмента рынка;
- стадия разработки, патентная чистота и защита товара;
- характеристика предприятия;
- общая стоимость проекта, включающая размеры и график производственных капиталовложений, первоначальные расходы по маркетингу продукции и организации управления.

План маркетинга. Здесь в четкой форме определяются задачи по всем элементам комплекса маркетинга с указанием, что должно быть сделано, кем, когда и какие для этого требуются средства. Основными пунктами плана маркетинга являются:

- программа комплексных рыночных исследований, которые предполагается осуществлять в ходе реализации проекта;

▪ общий объем и ассортимент реализуемой продукции с разбивкой по периодам осуществления проекта вплоть до выхода на запланированную мощность;

- направления совершенствования продукции;
- требования к упаковке, ее параметрам и внешнему виду;
- обоснование ценовой политики;
- планирование сбыта;
- планирование товародвижения;
- планирование рекламной кампании;
- планирование сервиса;
- система маркетингового контроля.

Производственный план. Раздел содержит перечень всех задач, которые возникают в сфере производства, и способы их решения. При разработке раздела необходимо осветить следующие моменты:

▪ производственные мощности;

▪ описание всего технологического процесса с выделением охватываемой проектом части, а также операций, передаваемых субподрядчикам;

- субподрядчики;
- оборудование;
- производственные площади;
- сырье;
- себестоимость.

Организационный план. Задача раздела связана с разработкой мер по организационному обеспечению проекта. Для существующих предприятий это связано с оценкой степени соответствия их структуры и применяемых методов управления специфике поставленных целей и путям их достижения, для создаваемых предприятий – с проектированием всех структур, в максимальной степени увязанных с основными стратегическими положениями проекта. Традиционная структура раздела обычно включает следующие элементы:

- организационно-правовая форма;
- организационная структура управления, включающая схему, положения и инструкции, взаимосвязи подразделений;
- характеристика учредителей;
- характеристика руководящего состава;
- работа с персоналом;
- материально-техническая обеспеченность управления;
- местонахождение предприятия.

Финансовый план. Задачей раздела является общая экономическая оценка всего проекта с точки зрения окупаемости затрат, уровня рентабельности и финансовой устойчивости предприятия. Для

инвестора раздел представляет наибольший интерес, так как позволяет оценить степень привлекательности проекта по сравнению с иными способами использования денежных средств. В полном виде этот раздел включает ряд следующих финансовых документов:

- сводный баланс доходов и расходов;
- план денежных поступлений и расходов с такой же периодичностью;
- балансовый план на конец первого года в его традиционной форме;
- план по источникам.

Оценка рисков. Назначение раздела – в определении потенциальных проблем и трудностей, с которыми придется столкнуться в ходе реализации проекта. Инвестор должен убедиться, что предприниматель трезво смотрит на вещи и готов к сложностям, которые всегда сопровождают осуществление любого, даже самого подготовленного, мероприятия. В данном разделе обычно приводятся следующие сведения:

- перечисляются все возможные проблемы, которые могут осложнить реализацию проекта;
- определяется комплекс предупреждающих мер, которые уменьшат вероятность возникновения той или иной проблемы или ослабят ее отрицательное воздействие;
- разрабатываются сценарии поведения в случае наступления неблагоприятных событий;
- обосновывается низкая вероятность столкновения с проблемами, которые были учтены и которыми, в силу этого, можно пренебречь.

Приложения. В заключительной части бизнес-плана приводятся документы и источники, которые были использованы при его подготовке, и на которые есть ссылки в основном тексте. Речь идет о письмах от клиентов и партнеров, копиях договоров и контрактов, различных прейскурантах, статистических обзорах, справках, результатах исследований и т.д.

Бизнес-план, в конечном счете, должен дать правильный ответ на такие важные вопросы рыночных отношений, как возможная стоимость проекта и планируемые доходы.

Порядок выполнения работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Составьте титульный лист
3. Составьте Резюме бизнес-плана
3. Оформить отчет о проделанной работе
4. Ответить на контрольные вопросы.

Ход работы:

1. Прочитать материал конспекта лекций;
2. По материалу кратких теоретических сведений выполнить задание

Форма представления результата: выполненная работа.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Практическое занятие № 2

Тема 1.5 Издержки производства и обращения. Ценообразование, себестоимость, валовой доход

Группировка затрат по элементам и по статьям

Цель работы: формирование знаний о видах себестоимости; классификации затрат, снижении издержек производства; смете и калькуляции.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций.

Задание:

1. Составить калькуляцию себестоимости;
2. Составить смету затрат;
3. Определение экономии затрат (снижение себестоимости).
4. Ответьте на тест

Задачи:

1. Составьте классификацию затрат, включаемых в себестоимость продукции (по элементам) и определите их общую сумму, если цех по производству мебели закупает древесины и материалов на сумму 23000 руб., оплата труда работников составляет 15000 руб., с отчислениями во внебюджетные фонды на сумму 5340 руб. Отчисления профсоюзов в виде материальной помощи 2000 руб. В постоянные платежи цеха входят: 5000 руб. в банк по погашению кредита и 1060 руб. в экологическую компанию. Амортизационные отчисления составляют 3000 руб., а отчисления на жилищно-бытовые нужды 500 руб.

2. Рассчитайте цеховую, производственную и полную себестоимость минипекарни по следующим исходным данным:

Расходы, тыс. руб.	Варианты		
	1	2	3
1. Мука, молоко, сахар	127	130	108
2. Энергия для электропечей	12,2	13,4	9,7
3. Топливо	10	11	6
4. Отгрузка продукции	2,1	2	1,7
5. Реклама	2,1	–	–
6. Общепроизводственные расходы	7,8	6	6
7. Цеховые расходы	5,8	5	5
8. Отчисления на содержание электропечей	13,5	10	10
	10	15	13
9. Основная зарплата рабочих	5,5	7,1	6,2
10. Дополнительная зарплата рабочих	5	4	5
11. Расходы на освоение новой выпечки	3,56	4,8	4,6
12. Отчисления на социальные нужды	1,44	1	0,6
13. Брак			

3. Определите экономию на условно-постоянных расходах, если себестоимость товарной продукции $Стп = 550$ тыс.руб., доля условно-постоянных затрат $Луп = 0,5$ годовой. Объем производства в базисном году $Qб = 50$ тыс.шт. В плановом периоде вследствие внедрения плана организационно-технических мероприятий предусматривается обеспечить дополнительный объем производства за счет роста производительности труда. $Qпт = 2000$ шт., улучшения использования ОПФ $Qопф = 3000$ шт. Прирост условно-постоянных расходов по плану $\Delta Зуп = 8,5$ тыс.руб.

ТЕСТ

Выберите правильный ответ.

1. Какие затраты не относятся к прямым?

- а) сырье и материалы;
- б) возвратные отходы;
- в) зарплата основных рабочих;
- г) расходы на эксплуатацию содержание оборудования;
- д) износ инструмента.

2. Для чего служит классификация по калькуляционным статьям расходов?

- а) для определения цены на заготовку деталей, узлов;
- б) для исчисления прямых и косвенных расходов;
- в) для расчета себестоимости единицы конкретного вида продукции;
- г) основой для составления сметы затрат на производство.

3. Найдите затраты, ошибочно включенные в цеховые расходы.

- а) амортизация здания цеха;
- б) зарплата технолога цеха;
- в) зарплата слесаря-ремонтника.

4. Установите соответствие.

- | | |
|--|--|
| 1) себестоимость; | а) экономически однородные затраты, которые отражают распределение затрат независимо от формы использования в производстве того или иного вида продукции и места осуществления затрат; |
| 2) стоимость; | б) затраты по реализации продукции; |
| 3) экономические затраты, элементы затрат; | в) разнородные в экономическом смысле затраты; |
| 4) статьи калькуляции; | г) денежное выражение текущих издержек производства и реализации продукции или услуг; |
| 5) производственные затраты; | д) затраты, непосредственно связанные с изготовлением (вида, заказа); |
| 6) внепроизводственные затраты. | е) общественные издержки производства. |

Краткие теоретические сведения:

Издержки производства – это затраты на производство продукции.

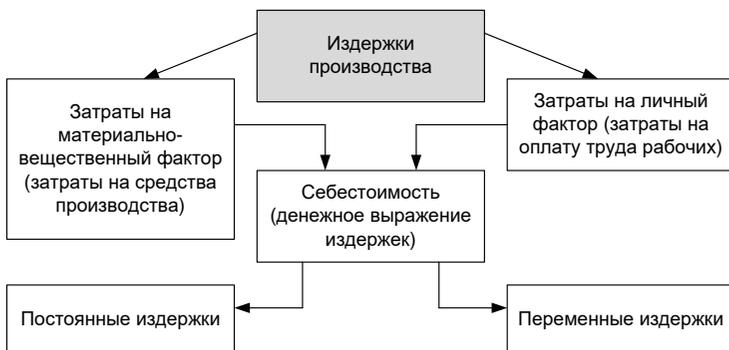


Схема 1. Издержки производства

Себестоимость продукции – экономический показатель деятельности промышленных предприятий и объединений, выражающий в денежной форме все затраты предприятия, связанные с производством и реализацией продукции.

Классификация таких затрат производится по ряду признаков.

Классификация затрат на производство

Классификационный признак	Затраты по классификационному признаку	Содержание затрат
Экономическое содержание	Смета затрат (классификация по первичным элементам)	Общий объем потребляемых ресурсов
	Калькуляция	На определенный вид
Степень участия в процессе производства	Основные	Связаны с выполнением технологического процесса изготовления продукции
	Накладные	Связаны с процессом управления производством
Способ отнесения на себестоимость отдельных видов продукции	Прямые	Прямо и непосредственно связаны с изготовлением продукции
	Косвенные	Связаны с работой цеха, предприятия в целом;

Классификационный признак	Затраты по классификационному признаку	Содержание затрат
		относятся на себестоимость косвенным путем
Состав затрат	Простые (элементарные, однородные)	Состоят из одного экономического элемента
	Комплексные	Состоят из нескольких экономических элементов, имеющих одинаковое производственное значение
Зависимость от объема производства	Условно-постоянные	Находятся в прямой зависимости от изменения объема производства
	Условно-переменные	В незначительной степени или совсем не зависят от изменения объема производства

Классификация затрат по первичным элементам позволяет разработать смету затрат на производство. В промышленности принята следующая группировка затрат по следующим экономическим элементам:

- материальные затраты (за вычетом стоимости возвратных отходов);
- затраты на оплату труда (все виды оплаты труда и другие выплаты);
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация основных фондов;
- прочие денежные затраты.

Классификация затрат по статьям калькуляции дает возможность определить, во что обходится предприятию производство и реализация продукции и включает следующие типовые затраты:

1. Сырье и материалы
2. Возвратные отходы (-)
3. Покупные изделия и полуфабрикаты
4. Топливо и энергия на технологические цели
5. Затраты на оплату труда производственных рабочих

- 6.дополнительная зарплата производственных рабочих
- 7.Отчисления социальные нужды
- 8.Расходы на освоение и подготовку
- 9.Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования
- 10.Общепроизводственные расходы
- 11.Общехозяйственные расходы
- 12.Прочие производственные расходы
- 13.Потери от брака
- 14.Внепроизводственные расходы

Калькулирование (от лат.calculatio – счет, подсчет) – это система расчетов, с помощью которых определяется себестоимость всей товарной продукции и ее частей, себестоимость конкретных видов изделий, сумма затрат отдельных подразделений предприятия на производство и реализацию продукции.

Калькуляция себестоимости необходима для определения цены единицы продукции, определения уровня эффективности работы предприятия и т.д. Для калькулирования себестоимости единицы продукции затраты классифицируются по статьям расходов, в которых объединяются затраты по признаку места их возникновения и назначения

Статьи расходов	Виды себестоимости		
1.Сырье и материалы 2.Возвратные отходы (-) 3.Покупные изделия и полуфабрикаты 4.Топливо и энергия на технологические цели 5.Затраты на оплату труда производственных рабочих 6.дополнительная зарплата производственных рабочих 7.Отчисления социальные нужды 8.Расходы на освоение и подготовку 9.Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования 10.Общепроизводственные расходы	Цеховая себестоимость	Производственная себестоимость	Полная себестоимость
11.Общехозяйственные расходы 12.Прочие производственные расходы 13.Потери от брака			
14.Внепроизводственные расходы			

Группировка затрат по статьям расходов

Смета затрат на производство и реализацию продукции составляется с целью определения общей суммы затрат (по экономическим элементам) и взаимной увязки этого раздела с разделами бизнес-плана.

Смета затрат на производство используется при разработке финансового плана предприятия, для определения потребности в оборотных средствах, при составлении баланса доходов и расходов и определения ряда других показателей финансовой деятельности предприятия.

Факторы и пути снижения себестоимости

Факторы снижения себестоимости - это причины, движущие силы, приводящие к уменьшению затрат, и условия, в которых они действуют. Одна и та же причина, например, мероприятие по снижению ресурсов, может приводить к различному экономическому эффекту в зависимости от того, в каких условиях и с какой распространенностью она действует.

Условия влияют на действие и в этом случае становятся фактором снижения себестоимости продукции. О действии отдельных причин можно судить постольку, поскольку оно отражено в изменении отдельных показателей. Такие показатели называются факториальными в отличие от показателей сводных, отражающих итоговое изменение результата под влиянием факторов, действующих в данных условиях.

Может применяться следующая группировка факторов снижения себестоимости продукции:

1. Повышение технического уровня производства: внедрение новой прогрессивной технологии, механизации и автоматизации производственных процессов; совершенствование применяемой техники и технологии производства; улучшение использования и применения новых видов сырья и материалов; прочие факторы, повышающие технический уровень производства.

2. Совершенствование организации производства и труда: развитие специализации производства; улучшение его организации и обслуживание; улучшение организации труда; совершенствование управлением производством и сокращение затрат на производство; улучшение использования основных фондов; улучшение материально-технического снабжения и использования материальных ресурсов; сокращение транспортных расходов; ликвидация излишних затрат и потерь; прочие факторы, повышающие уровень организации производства.

3. Изменение объема и структуры продукции: относительное уменьшение условно-постоянных расходов и амортизационных

отчислений; изменение структуры продукции; повышение качества продукции.

Пути или направления снижения затрат на производство и реализацию продукции рассматриваются с точки зрения способов достижения оптимального сочетания уменьшающихся издержек и повышающегося качества. Этого можно достичь тремя основными путями: **техническими, организационными и экономическими.**

Резервы или источники снижения себестоимости представляют собой неиспользованные возможности. Они подразделяются на две группы – резервы, **зависящие и не зависящие** от предприятия

1 Внутрипроизводственные

а) Улучшение использования средств труда:

- Механизация и автоматизация производственных процессов
- Полное использование производственных возможностей
- Совершенствование технологии производства

б) Улучшение организации производства, труда и управления

- Совершенствование нормирования и мотивации труда
- Снижение потерь рабочего времени
- Научная организация труда и управления
- Повышение квалификации персонала

в) Улучшение использования предметов труда

- Экономия материальных ресурсов
- Совершенствование нормирования материальных затрат
- Предупреждение потерь от брака
- Компьютеризация учета движения оборотных средств и списания

затрат на производство

2 Внешние влияния

- Специализация и кооперация в условиях конкуренции
- Налоговая нагрузка на предприятие
- Цены на потребляемые ресурсы
- Инфляционные процессы в макроэкономике

Экономию можно рассчитать по формуле:

$$\text{Эм} = \frac{\text{Змпл} - \text{Змф}}{Q}, \text{ где}$$

Q – годовой объем производства

Материальные затраты на единицу продукции определяются по формуле:

$$\text{Зм} = \frac{\text{Ред} \cdot \text{Ц}}{\text{Ки}}, \text{ где}$$

Ред – расход материала на единицу продукции;

Ц – цена за единицу продукции;

Ки – коэффициент использования материала.

Порядок выполнения работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Решите предложенные задачи.
3. Ответьте на тестовые вопросы.

Ход работы:

1. Прочитать материал конспекта лекций;
2. Ответить на вопросы теста.
3. В тетради для практических работ решить предложенные преподавателем задачи.

Форма предоставления результата: Решенные задачи и выводы, сделанные по результатам задач.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Практическое занятие №3

Тема 1.5 Издержки производства и обращения.

Ценообразование, себестоимость, валовой доход

Расчет и анализ себестоимости и валового дохода

Цель работы: Научиться рассчитывать относительное и абсолютное изменение себестоимости продукции.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекции

Задание

1. Определить относительное и абсолютное изменение себестоимости продукции.
2. Определить влияние указанных факторов на себестоимость продукции.
3. Определить экономию на амортизационных отчислениях.
4. Определить валовой и чистый доход предприятия

Задачи

1. Определите относительное и абсолютное изменение себестоимости продукции в связи с изменением объема продукции на основе следующих данных: объем производства по плану 100 тыс. шт., по отчету 110 тыс. шт. Затраты на плановый объем производства следующие, тыс. руб.:

сырье для производства продукции - 12;

полуфабрикаты - 4;

зарплата производственных рабочих (включая отчисления на соц. нужды) - 60;

амортизация оборудования - 12;

зарплата и отчисления на соц. страхование административного персонала - 10;

расходы по содержанию производственных помещений - 1;

электроэнергия на производственные нужды - 14;

электроэнергия на освещение служебных помещений - 1.

2. По отчетным данным установлена экономия материалов за счет снижения норм расхода на 5% и снижения цен на материалы на 2%. Себестоимость товарной продукции по плану составила 112 млн. руб., в том числе затраты на материалы 70 млн. руб. Определите влияние указанных факторов на себестоимость продукции.

3. Определите экономию на амортизационных отчислениях, если стоимость ОПФ 10 тыс. руб., норма амортизации 10%; годовой объем производства 20 тыс. шт. фактически, планируемый годовой объем 25 тыс. шт.

4. Определить валовой и чистый доход предприятия. Условие. Стоимость валовой продукции за год составила 80 млн. руб.; материальные затраты на её производство – 38 млн. руб., затраты оплата труда – 9,6 млн. руб.

Краткие теоретические сведения:

Себестоимость продукции - экономический показатель деятельности промышленных предприятий и объединений, выражающий в денежной форме все затраты предприятия, связанные с производством и реализацией продукции.

Под **валовым доходом** понимают сумму средств, получаемых предпринимателем по итогам продажи услуг/товаров. Сумма зависит от количества проданного товара/оказанных услуг.

Валовой доход – это выручка от реализации товаров и услуг за минусом их покупной стоимости.

Валовой доход образуется за счет торговых надбавок, поступлений за оказанные услуги и выполненные работы (доставка товаров на дом, раскрой тканей, сборка и установка мебели и др.), прочих доходов от не основной деятельности (реализация излишков оборудования, сдача в аренду помещений и объектов мелкорозничной сети, доходы от долевого участия в деятельности других предприятий от ценных бумаг, принадлежащих предприятию, сальдо доходов и расходов от внереализационных операций и др.).

Валовой доход рассчитывается по следующей формуле:

$$ВД = Н + Су + Пд,$$

где ВД – валовой доход;

Н – сумма торговой надбавки;

Су – стоимость оказанных услуг;

Пд – прочие доходы.

Валовой доход исчисляется двумя основными показателями: абсолютная сумма (в рублях) и уровень (%).

Уровень валового дохода исчисляют как отношение суммы валового дохода к абсолютной сумме розничного товарооборота, умноженного на 100%.

Порядок выполнения работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Решите предложенные задачи.
3. Ответьте на контрольные вопросы.

Ход работы:

1. Прочитать материал конспекта лекций;
2. Ответить на вопросы из конспекта.
3. В тетради для практических работ решить предложенные преподавателем задачи.

Форма предоставления результата: Решенные задачи и выводы, сделанные по результатам задач.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Практическое занятие № 4

Тема 1.5 Издержки производства и обращения. Ценообразование, себестоимость, валовой доход

Расчет розничной и продажной цены

Цель работы: формирование знаний о видах цен и тарифов, о структуре цены.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций.

Задание:

1. Определение оптовой цены изготовителя;
2. Определение отпускной цены;
3. Определение розничной цены.

Задачи

1. Проследите формирование цен на промышленную продукцию (в руб.), если полная себестоимость единицы промышленной продукции 125

руб., прибыль, приходящаяся на единицу продукции 7 руб., налог на добавленную 5,32 руб., прибыль и расходы сбытовых организаций на единицу продукции 3 руб., торговых организаций 4 руб.

2. Определите свободную оптовую цену изготовителя на товар, если себестоимость его выпуска 6000 руб. за единицу, планируемая производителем рентабельность 20% к затратам.

3. Определите оптовую (отпускную) цену на товар, если себестоимость его выпуска 500 руб. за единицу, приемлемая для производителя рентабельность 20% к затратам, ставка акциза 15%, ставка НДС 20%.

4. Определите оптовую цену предприятия, если полная себестоимость единицы продукции 125 руб., годовой объем реализации 50000 единиц, производственные фонды 3000 тыс. руб., рентабельность предприятия 0,15.

5. Определите оптовую цену промышленности, если полная себестоимость 125 руб., доля материала в полной себестоимости 0,9; прибыль и расходы сбытовых организаций на годовой объем реализации 150 тыс. руб., оптовая цена предприятия 134 руб., годовой объем 50000 единиц изделий, НДС 0,2.

Краткие теоретические сведения:

Оптовая цена предприятия:

$$\text{Цопт. пр.} = \text{Сп} + \text{П},$$

где

Сп – себестоимость единицы промышленной продукции;

П – прибыль на единицу продукции;

Оптовая цена промышленные товары:

$$\text{Цопт. пром.} = \text{Цопт. пр.} + \text{НДС} + \text{Пс},$$

где

НДС – налог на добавленную стоимость;

Пс – прибыль и расходы сбытовых организаций;

Розничная цена:

$$\text{Цроз} = \text{Цопт. пром.} + \text{Пт}, \text{ где}$$

Пт – прибыль и расходы торговых организаций;

орядок выполнения работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Решите предложенные задачи.
3. Ответьте на контрольные вопросы.

Ход работы:

4. Прочитать материал конспекта лекций;
5. Ответить на вопросы из конспекта.
6. В тетради для практических работ решить предложенные преподавателем задачи.

Форма предоставления результата: Решенные задачи и выводы, сделанные по результатам задач.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Практическое занятие № 5**Тема 1.5 Издержки производства и обращения. Ценообразование, себестоимость, валовой доход****Расчет основных видов прибыли**

Цель работы: формирование знаний о видах прибыли и рентабельности предприятия, факторах, влияющих на рост прибыли и рентабельности.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации.

Материальное обеспечение:

Учебно-методическое пособие по дисциплине Экономика организации.

Задание:

1. Рассчитать прибыль предприятия;

2. Рассчитать рентабельности предприятия.

Задачи:

1. Выручка от реализации продукции – 1500 тыс. руб.; себестоимость реализованной продукции – 993 тыс. руб.; доходы от внереализационных операций – 50 тыс. руб.; расходы от внереализационных операций – 74 тыс. руб.; прибыль от реализации материальных ценностей – 10 тыс. руб. Определите балансовую прибыль; уровень рентабельности реализованной продукции.

2. Балансовая прибыль – 100 тыс. руб., прибыль от реализации продукции – 120 тыс. руб., стоимость ОПФ – 400 тыс. руб.; НОС – 200 тыс. руб., себестоимость реализованной продукции 00 тыс. руб. Определите рентабельность продукции.

3. Определите валовую прибыль, если годовой объем реализации изделия А – 2000 шт.; изделия Б – 3000 шт.; рыночная цена изделия А – 0,75 тыс. руб., изделия Б – 0,6 тыс. руб.; ликвидационная стоимость основных производственных фондов: Цл1 = 120 тыс. руб.; Цл2 = 150 тыс. руб.; остаточная стоимость ликвидируемых объектов: Цо1 = 70 тыс. руб.; Цо2 = 180 тыс. руб.; себестоимость единицы продукции изделия А = 0,6 тыс. руб.; изделия Б = 0,55 тыс. руб.

4. Годовой объем реализации продукции по плану – 2,5 млн. руб., фактически выпущено продукции на сумму 2,7 млн. руб. Плановая себестоимость годового выпуска продукции намечалась в размере 2,3 млн. руб. фактически она снизилась на 8%. Определите плановую и фактическую прибыль, плановый и фактический уровень рентабельности продукции.

Краткие теоретические сведения:

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются показателями полученной прибыли и уровня рентабельности.

Прибыль – это часть чистого дохода, созданного в процессе производства и реализованного в сфере обращения. Только после продажи продукции чистый доход принимает форму прибыли. Количественно она представляет собой разность между выручкой и полной себестоимостью реализованной продукции.

Балансовая прибыль определяется по формуле:

$$Пб = Прп + Прмц + Пво, \text{ где}$$

Прп – прибыль от реализации продукции (работ, услуг);
Прп = В – С (здесь В – выручка от реализации продукции (работ, услуг);

С – затраты на производство и реализацию продукции (работ, услуг);

Прмц – прибыль от реализации иных материальных ценностей;

Пво – доходы от внереализационных операций, уменьшенные на сумму расходов по этим операциям.

Рентабельность – это относительный показатель эффективности производства, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования ресурсов.

Рентабельность реализованной продукции определяется по формуле:

$$Рп = (\text{Прп} / С) \cdot 100\%$$

Рентабельность производства определяется по формуле:

$$P = \frac{\text{Пб}}{\text{ОПФ} + \text{НОС}} \cdot 100\% , \text{ где}$$

ОПФ – среднегодовая стоимость основных производственных фондов, руб.

НОС – норматив оборотных средств, руб.

Порядок выполнения работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Решите предложенные задачи.
3. Ответьте на контрольные вопросы.

Ход работы:

1. Прочитать материал конспекта лекций;
2. Ответить на вопросы из конспекта.
3. В тетради для практических работ решить предложенные преподавателем задачи.

Форма предоставления результата: Решенные задачи и выводы, сделанные по результатам задач.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Практическая работа №6

Тема 1.6 Трудовые ресурсы. Эффективность и оплата труда

Расчет показателей по труду, изучение их взаимосвязи

Цель работы: формирование знаний о показателях производительности труда, формах оплаты труда.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации.

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций

Задание:

1. Рассчитать выработку, темпы роста и прироста производительности труда;
2. Рассчитать сдельную форму оплаты труда и ее разновидности;
3. Рассчитать повременную форму оплаты труда и ее разновидности.

Задачи:

1. Объём продукции увеличился с 2360 до 2525 тыс. руб., численность уменьшилась с 520 до 480 чел. Определить долю прироста продукции за счёт роста производительности труда.
2. Определить выработку на одного работника производственного персонала по плану и фактически за базисный и текущий годы. Темпы роста производительности труда в текущем году по плану и фактически по отношению к базисному году. Полученные данные свести в таблицу.

Исходные данные.

Показатель	Базисный год		Текущий год	
	План	Факт	План	Факт
Объём продукции тыс. руб.	6676	6753	6804	7056
Численность персонала.	426	422	420	416

3. Определить сдельную заработную плату с учетом коэффициента для Южного Урала. Исходные данные.

№ вар.	Разряд	Тарифная ставка руб.	Объём прод. шт.	Норма времени на ед. продукции чел. час
1	3	54,55	156	12,6
2	4	65,25	256	11,3
3	5	71,02	348	10,5
4	6	77,9	453	9,4
5	3	54,55	562	8,2
6	4	65,25	631	7,6
7	5	71,02	725	3,2
8	6	77,9	846	1,8
9	3	55,55	913	1,2
10	4	65,25	1025	0,98

4. Определить сдельно-премиальную заработную плату, с учетом коэффициента для Южного Урала, если премия начисляется за 100%-ное выполнение задания и за каждый % перевыполнения задания. Исходные данные.

№ вар.	Сдельная расценка руб.	Объём продукции руб.	Премия за 100% процентное выполнение задания, %	Премия за перевыполнение задания, %	Фактическое выполнение задания, %
1	69,9	50	40	2	102
2	70,6	29	45	3	103
3	73,7	25	50	4	104
4	74,2	30	55	2	105
5	45,5	64	60	3	106
6	47,5	52	65	4	107
7	22,4	78	70	2	102
8	14,2	35	40	3	103
9	6,66	85	45	4	104
10	6,12	112	50	2	105

5. Определить заработную плату при повременной форме с учётом районного коэффициента для Южного Урала, с учетом доплат и надбавок. Исходные данные.

№ В.	Часовая тарифная ставка, руб.	Отработанное время, час.	Праздничные дни	Сверхурочная работа, час.	Доплата за условия труда, %
1	77,9	176	1		8
2	71,02	168		1	10
3	65,25	160	2		12
4	55,55	184		2	14
5	45,28	176	3		20
6	77,9	168		3	24
7	71,02	160	1		12
8	65,25	176		1	8
9	55,55	184	2		20
10	64,28	160		2	24

Краткие теоретические сведения:

Под производительностью труда понимается эффективность труда в процессе производства.

Показатели производительности труда

Выработка

$$B = \frac{Q}{N}$$

Q – объём продукции

N – численность персонала

Трудоёмкость.

$$Tp = \frac{N \cdot T}{Q}$$

T – затраты времени на производство единицы продукции

Сдельная	<p>1. Прямая индивидуальная – оплата за выполненный объём продукции на основании сдельной расценки.</p> $ЗП = Pcd \cdot Q$, где Pcd – сдельная расценка; Q – объём продукции Сдельная расценка – размер оплаты труда за единицу продукции $Pcd = Tct \cdot Нвр$, где Tct – тарифная ставка n -го разряда; $Нвр$ – норма времени. <p>2. Косвенно-сдельная – это система оплаты для</p>
----------	---

	<p>вспомогательных рабочих, находится в прямой зависимости от выработки основных рабочих.</p> <p>3. Аккордно-сдельная – размер оплаты устанавливается за весь комплекс работ.</p> <p>4. Сдельно-премиальная – к прямой сдельной добавляется премия за достижение установленных показателей</p>
Повременная	<p>1. Простая повременная – оплата за фактически отработанное время в соответствии с тарифной ставкой работника.</p> $ЗП = T_{cm}^n \cdot Вф$ <p><i>ЗП</i> – заработная плата. <i>T_{cm}ⁿ</i> - тарифная ставка <i>n</i>-го разряда <i>Вф</i> – фактически отработанное время.</p> <p>2. Повременно-премиальная – к простой повременной добавляется премия за обеспечение определённых количественных и качественных показателей</p>

Порядок выполнения работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Решите предложенные задачи.
3. Ответьте на контрольные вопросы.

Ход работы:

1. Прочитать материал конспекта лекций;
2. Ответить на вопросы из конспекта.
3. В тетради для практических работ решить предложенные преподавателем задачи.

Форма представления результата: Решенные задачи и выводы, сделанные по результатам задач.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Практическая работа №7
Тема 1.7 Налоговая система

Расчет НДС, налога на прибыль и единого социального налога

Цель работы: Научиться рассчитывать НДС, Налог на прибыль, ЕСН.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации.

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций

Задание:

1. Рассчитать НДС;
2. Определить НДС к уплате в бюджет;
3. Определить чистую прибыль организации.
4. Ответить на тест.

Задачи:

1. Пусть мы купили товар за 100 рублей, переместили его в другое место, продали за 150 рублей. Сколько рублей налога НДС мы должны заплатить?

2. Ткацкая фабрика «Ласточка» приобрела сырье без НДС на сумму 180 тыс. руб. Реализовано продукции без НДС на 230 тыс. руб. Определите НДС к уплате в бюджет.

3. Организация получила выручку от реализации продукции 1500 тыс. руб. (с учетом НДС). Сумма фактических расходов производства равна 700 тыс. руб. Определите чистую прибыль организации, если налог на прибыль установлен в размере 24%.

ТЕСТ

1 Основанная на определенных принципах система урегулированных нормами права общественных отношений, складывающихся в сфере налогообложения, называется.

- а) налоговой системой РФ;
- б) налогом;
- в) фискальной функцией налога.

2 Обязательные платежи физических и юридических лиц взимаемые государством называются.

- а) налоговой системой РФ;
- б) налогом;
- в) фискальной функцией налога.

3 Определите способ взимания налогов по следующим данным:

Доход	25000	190000	360000
Налог	3250	38000	90000
Ставка налога			

4. Установите соответствие.

- 1. косвенные налоги; а) подоходный налог;
- 2. прямые налоги; б) налог на прибыль;
- в) акциз;
- г) налог на добавленную стоимость;
- д) таможенные пошлины;
- е) налог на имущество.

5. Укажите, как называется специализированный налог, который взимается с определенных видов товаров (сигареты, вино).

- а) налог на прибыль;
- б) НДС;
- в) налог на имущество;
- г) акциз.

6. Налог, который взимается с импортных, экспортных и транзитных товаров называется ...

- а) акциз;
- б) таможенная пошлина;
- в) налог на прибыль;
- г) НДС.

7. Аргументом в защиту протекционистских пошлин является то, что они ...

- а) стимулируют свободную торговлю;
- б) способствуют конкуренции;
- в) защищают отечественного покупателя;
- г) защищают отечественного производителя.

Краткие теоретические сведения:

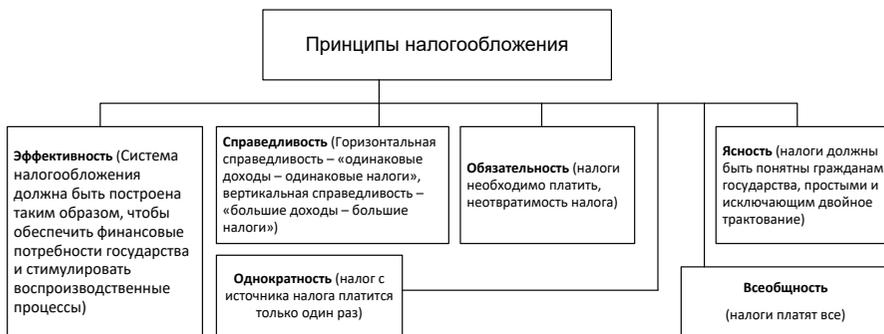
Налоги – это обязательные платежи физических и юридических лиц взимаемые государством.

Классификация налогов:

1. По способу изъятия различают два вида налогов:
 - прямые налоги - (налог на прибыль, налог на имущество, налог на доходы);
 - косвенные - (НДС, акцизы, таможенные пошлины).
2. По воздействию налоги подразделяются на:
 - пропорциональные – это налоги, ставки которых устанавливаются в фиксированном проценте к доходу или стоимости имущества;
 - прогрессивные – это налоги, ставки которых увеличиваются с ростом стоимости объекта налогообложения;
 - регрессивные – это налоги, ставки которых уменьшаются с ростом стоимости объекта налогообложения;
3. По субъекту уплаты выделяют:
 - налоги, взимаемые с физических лиц;
 - налоги, взимаемые с юридических лиц;
 - смешанные налоги.
4. По принадлежности к уровню правления: федеральные; региональные; местные.

Существуют три способа взимания налогов:

1. Кадастровый (используются кадастры, т.е. реестры, содержащие классификацию типичных объектов по их внешним признакам). Применяется к земле, строениям, месторождениям.
2. У источника (взимается до получения дохода налогоплательщиком).
3. По декларации (подача деклараций по налогам).



Принципы налогообложения

НДС - налог на добавленную стоимость. Это косвенный налог, который должен быть перечислен в федеральный бюджет, то есть в бюджет государства. Налогоплательщики налога на добавленную стоимость сами ведут учёт собранного налога в порядке, установленном Налоговым Кодексом РФ. Косвенным он называется именно потому, что НДС целиком и полностью ложится на плечи и кошелек простого потребителя. На практике это выглядит следующим образом. При реализации продукции, товаров, работ и услуг каждый продавец, который является плательщиком НДС, увеличивает выставяемую покупателю сумму к оплате за свою продукцию, товар, работу или услугу на определённую законом процентную ставку.

Налог на прибыль - прямой налог, взимаемый с прибыли организации (предприятия, банка, страховой компании и т. д.). Прибыль для целей данного налога, как правило, определяется как доход от деятельности компании минус сумма установленных вычетов и скидок. К вычетам относятся:

- производственные, коммерческие, транспортные издержки;
- проценты по задолженности;
- расходы на рекламу и представительство, при этом все рекламные расходы следует делить на два вида:
 - расходы, которые учитываются при налогообложении в полном объёме;
 - расходы, которые учитываются при налогообложении в пределах 1 % от выручки;
 - расходы на научно-исследовательские работы (расходы, относящиеся к созданию новой или усовершенствованию производимой продукции, применяемых технологий, методов организации производства и управления;

- расходы на обучение, профподготовку и переподготовку работников организации-налогоплательщика (при этом сотрудники должны обучаться на основании договора с российскими образовательными учреждениями, имеющими государственную аккредитацию и лицензию, и обучаться могут только специалисты, заключившие с организацией трудовой договор).

Налог взимается на основе налоговой декларации по пропорциональным (реже прогрессивным) ставкам.

Единый социальный налог (ЕСН) имеет непосредственное отношение к федеральным налогам. Средства, взимаемые посредством данного налога, предназначены для реализации прав граждан на государственное социальное и пенсионное обеспечение, а также на медицинскую помощь. Указанные средства поступают в государственный бюджет, а также во внебюджетные фонды (медицинского, социального и пенсионного страхования).

Налогоплательщики в данном случае делятся на два вида:

- работодатели (предприниматели и организации, на которых трудятся наемные рабочие, и которые выплачивают данный налог с доходов последних);

- работники (нотариусы, адвокаты, предприниматели, которые работают самостоятельно, без найма рабочей силы и, соответственно, выплачивают ЕСН с собственных доходов);

Порядок выполнения работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Решить задачи
3. Ответить на тест.

Ход работы:

1. По материалу кратких теоретических сведений рассчитайте основные виды налогов;

2. Ответьте на вопросы.

Форма представления результата: выполненная работа

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Практическое занятие №8
Тема 1.8 Финансы предприятия Инновационная и
инвестиционная политика

Расчет показателей эффективности использования основных и оборотных средств, потребности в оборотных средствах

Цель работы: формирование знаний об основных фондах, амортизации и видах оценки основных фондов предприятия. Формирование знаний об оборотных средствах предприятия, коэффициентах их использования

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации.

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций.

Задание:

1. Рассчитайте структуру основных фондов;
2. Рассчитайте норму амортизации, амортизационные отчисления;
3. Рассчитайте первоначальную, остаточную, восстановительную и среднегодовую стоимости основных фондов;
4. Рассчитайте показатели использования основных фондов предприятия.
5. Рассчитайте коэффициент оборачиваемости и длительность одного оборота;
6. Определите высвобождение оборотных средств;
7. Рассчитайте длительность пребывания оборотных средств на отдельных стадиях кругооборота;
8. Рассчитайте норматив оборотных средств.

Задачи:

1. Определить показатели структуры основных производственных фондов.

Виды основных производственных фондов	Стоимость, тыс. руб.	Структура в %
1	2	3
Всего основных производственных фондов, в том числе:	12500	
– здания и сооружения	4300	
– машины и механизмы	5600	
– силовые машины и оборудование	500	
– транспортные средства	1800	
Прочие, из них:	300	
производственный инструмент	200	
конторский инвентарь	100	

2. Определить годовую сумму амортизационных отчислений на восстановление первоначальной стоимости для автомобиля, если оптовая цена составляет 142 тыс. р., норма амортизационных отчислений – 12,5%, транспортные расходы составляют 7% от оптовой цены.

4. Монтажное управление приобрело автомобиль. Определить его первоначальную, остаточную стоимость. Исходные данные по вариантам.

№ варианта	Год приобретения	Год определения остаточной стоимости	Оптовая цена крана, тыс. р.	Транспортно-заготовительные расходы, %	Годовая норма амортизации, %
1	2	3	4	5	6
1	1987	на 1.01.1995	180,4	7	7
2	1984	на 1.01.1996	260,5	5	8
3	1985	на 1.01.1994	150,8	6	9
4	1986	на 1.01.1990	280,4	4	10
5	1987	на 1.01.1991	310,2	7	7
6	1988	на 1.01.1992	410,2	5	8
7	1989	на 1.01.1993	510,2	6	9
8	1990	на 1.01.1994	610,2	4	10
9	1991	на 1.01.1995	710,2	7	8
10	1992	на 1.01.1996	810,2	5	9

5. Определить в каком квартале предприятие эффективнее использует основные фонды. Исходные данные по вариантам.

№ варианта	Годовой объем работ, млн. р.		Среднегодовая стоимость основных фондов, млн. р.	
	1 квартал	2 квартал	1 квартал	2 квартал
1	7785	8000	2089	2200
2	5875	4595	1500	1600
3	9000	4500	3000	1200
4	1236	6549	789	5469
5	7896	8965	3654	4563
6	4785	2365	2145	985
7	1452	6587	654	3214
8	6589	6512	1589	3654
9	325	987	147	293
10	3698	4578	1478	1973

5. Определить коэффициенты интенсивности и экстенсивности загрузки оборудования. Исходные данные по вариантам.

№	Выработка фактическая	Выработка нормативная	Фактически отработанное время оборудованием	Полезное время работы оборудования
1	180	150	560	500
2	280	200	670	590
3	380	310	760	630
4	460	390	840	715
5	570	420	925	934
6	630	510	1050	930
7	780	640	1254	1140
8	850	730	1380	1250
9	910	820	1460	1370
10	1100	930	1590	1430

6. Средняя сумма оборотных средств составляет 500 млн. р., годовой объем выполненных работ – 1500 млн. р. Определить коэффициент оборачиваемости, длительность одного оборота.

7. Определить, какое из предприятий эффективнее использует оборотные средства.

Исходные данные по вариантам:

№ варианта	Объём продукции (млн. руб.)		Средние остатки оборотных средств (млн. руб.)	
	1 предприятие	2 предприятие	1 предприятие	2 предприятие
1	6300	7500	1400	1600
2	9874	8745	5632	6321
3	7456	4563	3210	1236
4	741	852	258	369
5	789	987	654	456
6	456	256	123	147
7	159	357	98	264
8	5483	2896	3541	1462
9	7425	5841	3248	3624
10	2478	3624	1658	1698

8. Определить коэффициент оборачиваемости оборотных средств, среднюю продолжительность оборота и время пребывания оборотных средств на отдельных стадиях кругооборота (в днях).

Исходные данные

№ варианта	Объём продукции (млн. р.)	Средний остаток оборотных средств (млн. р.)	Производственные запасы (млн. р.)	Незавершенное производство (млн. р.)	Средства в обращении (млн. р.)
1	8000	4000	3000	600	400
2	9874	6512	1170	1986	2456
3	5000	2500	1500	700	300
4	6541	2891	1796	589	506
5	4800	2000	700	800	500
6	6000	2600	1600	200	800
7	9200	3100	2100	200	800
8	6600	2300	1100	500	700
9	7800	3900	1800	1100	1000
10	3250	625	400	125	100

9. Определите норматив оборотных средств в незавершенном производстве, оборачиваемость оборотных средств.

№ варианта	Годовой выпуск продукции (шт.)	Себестоимость единицы (тыс. руб.)	Цена изделия превышает себестоимость (%)	Среднегодовой остаток оборотных средств (тыс. руб.)	Длительность производственного цикла (дн.)	Коэффициент нарастания
1	12000	85	15	56000	6	0,4
2	12800	65	30	60000	5	0,5
3	13200	75	20	73200	7	0,56
4	14500	83	25	84800	10	0,6
5	15800	94	30	112400	12	0,7
6	16700	73	35	95600	15	0,5
7	17200	65	15	83200	14	0,4
8	18400	93	20	120400	5	0,6
9	19600	58	25	110200	6	0,55
10	20500	77	30	130500	8	0,6

Краткие теоретические сведения:

Основные фонды – средства труда, участвующие в процессе производства многократно, не изменяющие свою первоначальную форму и частями переносящие свою стоимость на стоимость готовой продукции.

Структура основных фондов – это процентное соотношение отдельных групп основных фондов в общей их стоимости.

Амортизация – постепенный перенос стоимости основных фондов по частям в процессе эксплуатации на стоимость производимой продукции и последующее использование этой стоимости для возмещения потреблённых основных фондов.

Годовая сумма амортизации определяется:

$$A_{год} = \frac{C_n \cdot H}{100\%}, \text{ где}$$

$A_{год}$ – годовая сумма амортизации

H – норма амортизации;

C_n – первоначальная стоимость, руб.

Виды оценки:

1. Первоначальная стоимость определяется по формуле:

$$C_n = O_c + T_r = Z_c + C_m, \text{ где}$$

O_c – оптовая цена;

T_r – транспортные расходы;

Z_c – заготовительно-складские расходы;

C_m – стоимость монтажа.

Остаточная стоимость определяется по формуле:

$$C_o = C_n - I, \text{ где}$$

C_n – стоимость первоначальная;

И – износ.

Износ определяется по формуле

$$И = (Сп * Н * Тф) / 100\%, \text{ где}$$

Тф – период эксплуатации основного фонда.

Восстановительная стоимость – стоимость после переоценки основных фондов. Определяется по формуле:

$$Св = Оц + Тр = Зс + См, \text{ где}$$

Оц – оптовая цена;

Тр – транспортные расходы;

Зс – заготовительно-складские расходы;

См – стоимость монтажа.

Среднегодовая стоимость основных фондов определяется по формуле:

$$С_{ср} = С_{н.г.} + \frac{Св * Т1}{12} - \frac{С_{выб} * Т2}{12}, \text{ где}$$

Сн.г. – стоимость основных фондов на начало года;

Св, Свыб – соответственно стоимость поступивших и выбывших фондов;

Т1 – число полных месяцев функционирования фондов до конца года;

Т2 – число полных месяцев не работы фондов до конца года.

Показатели использования основных фондов предприятия

Показатели			
Обобщающие		Относительные	
1. Рентабельность основного капитала	$Фр = П/С_{ср}$	1. Коэффициент сменности	$К_{см} =$ $Мс/М$
2. Фондоотдача	$Фо = Q/С_{ср}$	2. Коэффициент экстенсивной загрузки оборудования	$К_{экс} =$ $Тф/Тп$
3. Фондоёмкость	$Фе = С_{ср}/ Q$	3. Коэффициент интенсивной загрузки оборудования	$К_{инт} =$ $Вф/Вн$
П – прибыль, руб.; С _{ср} – среднегодовая стоимость основных фондов, руб.; Q – объём продукции, руб.		М, Мс – мощность, среднегодовая мощность; Тф, Тп – фактическое, полезное время работы оборудования; Вф, Вн – выработка фактическая, нормативная	

Оборотные средства – это денежные средства, авансированные в оборотные производственные фонды и фонды обращения. Оборотные средства функционируют только в одном производственном цикле, изменяют свою первоначальную форму и полностью переносят свою стоимость на готовый продукт.

Показатели оборачиваемости оборотных средств

Показатель	Расчетная формула
1. Коэффициент оборачиваемости (число оборотов)	$K_o = \frac{Q}{C_o}, \text{ где}$ <p>Q – объем товарной продукции, руб. C_o – остатки оборотных средств, руб.</p>
2. Длительность одного оборота	$D = \frac{T}{K_o}, \text{ где } T - \text{число дней в рассматриваемом}$ <p>периоде, дн. (360, 90, 30 дн.); K_o – коэффициент оборачиваемости</p>
3. Показатель отдачи оборотных средств	$P_o = \frac{\Pi}{C_o}, \text{ где}$ <p>Π – прибыль от реализации продукции; C_o – средние остатки оборотных средств</p>

Высвобождение оборотных средств бывает относительным и абсолютным.

Схема кругооборота оборотных средств:

$$D - T - \Pi - T' - D' \dots D'', \text{ где}$$

D – денежные средства, авансируемые предприятием;

T – средства производства;

Π – производство;

T' – готовая продукция;

D' – денежные средства, полученные от продажи продукции и включающие в себя реализованную продукцию.

Нормирование оборотных средств – это определение потребности предприятия в собственных оборотных средствах (норматив оборотных средств).

Норматив отдельного элемента оборотных средств рассчитывается по формуле:

$$H = \frac{Q}{T} N_s, \text{ где}$$

Q – оборот (расход, выпуск) по данному элементу за период;
 T – продолжительность периода;
 $Nз$ – норма запаса оборотных средств по каждому элементу.

Норматив оборотных средств в незавершенном производстве определяется по формуле:

$$H = \frac{S \cdot Q \cdot T_{п.ц.} \cdot K_n}{T}, \text{ где}$$

S – себестоимость;

Q – объём продукции;

$T_{п.ц.}$ – длительность производственного цикла;

K_n – коэффициент нарастания затрат;

T – продолжительность периода (360, 90, 30 дн.)

Порядок выполнения работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Решите предложенные задачи.
3. Ответьте на контрольные вопросы.

Ход работы:

1. Прочитать материал конспекта лекций;
2. Ответить на вопросы из конспекта.
3. В тетради для практических работ решить предложенные преподавателем задачи.

Форма представления результата:

Решенные задачи и выводы, сделанные по результатам задач.

Критерии оценки

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Практическая работа №9

Тема 2.2 Коммуникации на предприятии

Решение производственных ситуаций по мотивации персонала к труду

Цель работы: Формирование знаний о внешней и внутренней среде организации.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации.

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций.

Задание:

1. Постройте подробную схему факторов внешней среды прямого и косвенного воздействия для организации, в которой вы работаете.

2. Определите ресурсы, используемые в вашей организации и распределите их по видам.

3. Сформулируйте миссию вашей организации.

4. Начертите структуру вашей организации и определите, к какому виду структур она относится.

5. Расскажите об организации мотивации работников вашего предприятия.

Краткие теоретические сведения:

Среда прямого воздействия включает следующие факторы:

Поставщики. Сюда входят поставщики сырья, материалов, оборудования, трудовых ресурсов, капитала.

Покупатели. Потребитель является самым важным звеном организации.

Конкуренты. Вероятно в большинстве случаев не покупатели, а именно конкуренты влияют на то какого рода продукцию (услуги) и по какой цене можно продать.

Законы и государственные органы Организации обязаны соблюдать не только федеральные и местные законы, но и требования органов государственного регулирования, которые призваны обеспечивать выполнение законов в определенной сфере, а также могут вводить собственные требования (лицензии, качество продуктов, экология, охрана труда и т. д.).

Среда косвенного воздействия.

Политические факторы. Дают представление о приоритетах государственной политики и средствах ее реализации. Объектом анализа со стороны руководства должны быть политическая идеология, стабильность политики, общественные настроения в отношении правительства, оппозиция.

Экономические факторы. Величина валового национального продукта, темпы, инфляции, уровень безработицы, платежный баланс, норма накопления и т. п. - это все примеры показателей состояния экономики.

Социокультурные факторы. Данные факторы характеризуют демографическую структуру общества, динамику роста населения, уровень образования, преобладающие в обществе ценностные установки, верования, обычаи.

Технология. Развитие технологий влияет не только на деятельность организации, но и на нашу жизнь.

Миссия рассматривается как сформулированное утверждение относительно того, для чего или по какой причине существует организация, т. е. миссия понимается как утверждение, раскрывающее смысл существования организации, в котором проявляется отличие данной организации от ей подобных.

Организационная структура управления - это поведенческая система, это люди и их группы, постоянно вступающие в различные взаимоотношения для решения общих задач.

Мотивирование - это процесс воздействия на человека с целью побуждения его к определенным действиям путем пробуждения в нем определенных мотивов. Мотивирование составляет сердцевину и основу управления человеком. Эффективность управления в очень большой степени зависит от того, насколько успешно осуществляется процесс мотивирования.

Мечта любого руководителя - идеальные подчиненные и слаженная работа коллектива.

1. «Подстройка» - это один из методов подсознательного воздействия на человека, правильное использование которого даёт возможность пробуждать в собеседнике уважительное отношение и стремление брать пример с говорящего. В основе этого метода лежит психологическая особенность человеческого поведения, которая связана с несознательным подражанием.

2. Атмосфера и настроения в коллективе - это немаловажный фактор, влияющий на продуктивность и результаты работы.

3. Профессиональное обучение. Обучение сотрудников является не только методом повышения эффективности работы

компании и улучшения ее финансовых показателей, но и мощным мотиватором для каждого сотрудника.

Карьерная лестница. В крупных постоянно развивающихся компаниях карьерный рост обуславливается не большой текучестью кадров, а стремительным расширением сети филиалов и дочерних структур.

4. Социальное обеспечение. Каждому хочется, чтобы к нему относились как к Человеку. Наличие в компании социального обеспечения говорит не только о положительной стороне финансового состояния компании, но и, прежде всего, иллюстрирует отношение руководства компании к своим сотрудникам.

6. Оплата труда. Для любого сотрудника и кандидата в сотрудники заработная плата, ее размеры и своевременность выплаты играют важную роль при выборе места работы.

7. Обратная связь. Каждому сотруднику следует дать возможность участия в жизни и деятельности компании, дабы каждый смог ощутить свою персональную значимость в общем процессе.

Порядок выполнения работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Решение задач и ситуаций по пройденному материалу.

Ход работы:

1. Используя изученный теоретический материал, выполните задания.
2. Постройте структуру организации.
3. Сделайте выводы.

Форма представления результата: выполненная работа

Критерии оценки

Оценка «отлично» ставится:

- ответ изложен в соответствии с требованиями культуры речи и с использованием соответствующей системы понятий и терминов (могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа).

Оценка «хорошо» ставится:

- Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» ставится:

- Логика и последовательность изложения имеют нарушения; допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов, которые студент способен исправить после наводящих вопросов (допускается не более двух ошибок, не исправленных студентом).
- Студент не способен самостоятельно выделить существенные и важные элементы темы.

Оценка «неудовлетворительно» ставится:

- Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу, присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения.

Практическая работа №10 **Тема 3.3 Реклама**

Определение «жизненного цикла» продукции и услуг общественного питания

Цель работы: Формирование знаний о жизненном цикле продукта, ситуации компании, рыночной ситуации и структуре сбыта.

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации.

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций.

Задание:

Составьте модель жизненного цикла товара (услуги).

Краткие теоретические сведения:

Жизненный цикл товара - период времени, в течение которого товар обращается на рынке, начиная от момента выхода его на рынок и заканчивая его уходом с рынка. Одно из фундаментальных понятий концепции современного маркетинга.

Жизненный цикл описывается изменением показателей объема продаж и прибыли во времени и состоит из следующих стадий (число их у разных авторов колеблется от четырех до шести):

1. Разработка продукта.

2. Стадия внедрения и испытания - период медленного роста сбыта по мере выхода товаров на рынок. На данной стадии продукт приносит лишь затраты, а часто и убытки. Очень велики на этой стадии инвестиции в организацию производства и освоение продукта (тем более, если он новый).

3. Стадия развития (роста - стадия признания товара потребителем. Характеризуется она существенным увеличением объема продаж и возрастания его прибыли.

4. Стадия зрелости - период постепенного замедления темпов прироста продаж в связи с тем, что товар уже воспринят большинством потенциальных покупателей. На этой фазе прибыль достигает своего максимума и начинает снижаться из-за дополнительных расходов по поддержанию конкурентоспособности товаров на рекламу, стимулирование сбыта.

5. Стадия спада - период резкого снижения объема продаж и прибыли.

Порядок выполнения работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Решение ситуаций по пройденному материалу.

Ход работы:

1. Используя изученный теоретический материал, выполните задания.
2. Сделайте выводы.

Форма представления результата: выполненная работа.

Критерии оценки

Оценка «отлично» ставится:

- ответ изложен в соответствии с требованиями культуры речи и с использованием соответствующей системы понятий и терминов (могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа).

Оценка «хорошо» ставится:

- Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» ставится:

- Логика и последовательность изложения имеют нарушения; допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов, которые студент способен исправить после наводящих вопросов

- (допускается не более двух ошибок, не исправленных студентом).
- Студент не способен самостоятельно выделить существенные и важные элементы темы.

Оценка «неудовлетворительно» ставится:

- Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу, присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения.

Практическая работа №11 **Тема 3.3 Реклама**

Составление рекламных текстов на товары и услуги

Цель работы: Формирование знаний об основных принципах составления рекламных текстов на товары (услуги).

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации.

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций.

Задание:

1. Составьте рекламный текст на товары (услуги) «своего» предприятия.

Краткие теоретические сведения:

От того, насколько грамотно составлен рекламный текст, зависит конечное решение потребителя о необходимости покупки рекламируемого товара.

Количество элементов структуры рекламного текста и порядок их расположения могут варьироваться в зависимости от характера предлагаемого товара, аудитории, на которую рассчитана реклама и рекламного носителя. Структуру, приведенную ниже, можно назвать классической. Она включает в себя следующие элементы:

1. заголовок
2. подзаголовок
3. основной текст
4. слоган
5. эхо-фраза

1. Задача заголовка рекламного текста - завладеть вниманием потенциального потребителя и сразу вызвать его интерес. При составлении заголовка лучше ограничиться одним предложением - его легко охватить взглядом и уловить смысл рекламного обращения.

2. Подзаголовок выполняет связующую функцию. Он готовит к восприятию основного текста, раскрывая смысл заголовка.

3. Основной текст - это самая объемная по своему содержанию часть рекламного обращения. Все, что "обещал" заголовок, выполняет основной текст. Составляющие основного текста - введение, основная тема и заключение.

Введение знакомит потенциального покупателя с предметом рекламного обращения. В некоторых случаях, человека непосвященного нужно предварительно ознакомить с проблемой. Но если это реклама организации, необходимо сразу указать на главное и обозначить ее достижения и рейтинг на рынке.

Следующая часть - основная. Это ядро рекламного текста. Потребитель заинтересован лишь в тех товарах и услугах, которые ему наиболее полезны и из которых он может извлечь выгоду. Поэтому основная часть рекламного текста должна убедить его в том, что, приобретая данный товар или услугу, он сделает правильный выбор.

И, наконец, в заключении вся изложенная информация обобщается и делается вывод.

4. Слоган - ключевой элемент рекламного обращения. Это фраза, короткая и емкая, своего рода девиз компании. Именно слоган является самым заметным элементом рекламы, на него обращают внимание в несколько раз чаще, чем на рекламу в целом.

Поэтому он должен легко читаться и запоминаться, быть оригинальным и как можно полнее отражать суть рекламного обращения при всей своей краткости и простоте.

5. Завершающий элемент структуры рекламного текста - эхо-фраза. По своей форме она приближена к слогану. Функция эхо-фразы в закреплении информации в памяти потребителя. Ее использование придает законченность рекламному тексту.

Алгоритм составления рекламного текста

Жесткого алгоритма составления рекламного текста нет. Поскольку это процесс творческий, а не механический, каждый автор решает для себя сам, какой путь создания рекламного текста ему наиболее близок и знаком. Тем не менее, не стоит пренебрегать элементарными правилами, которые значительно облегчают процесс написания успешного текста.

Перед тем, как приступать к непосредственному составлению рекламного обращения, рекомендуется проделать подготовительную работу, а именно:

1. Выделить группу потенциальных потребителей рекламируемого товара (так называемую целевую аудиторию), определить, кто эти люди, каковы их интересы и нужды, что они ожидают от покупки предложенного им продукта или услуги.

2. Всесторонне проанализировать рекламируемый товар: определить его функции, специфику, потенциал и уникальность, а также то, чем он будет полезен конкретной группе потребителей.

3. В соответствии с двумя первыми пунктами определить содержание будущего рекламного текста и форму обращения и, исходя из этого, выбрать стиль и язык написания, близкий и понятный потенциальному покупателю.

4. Подобрать ключевые слова и фразы для каждого элемента структуры рекламного текста. Далее рекомендуется составить схему рекламного обращения, в которой слева удобнее обозначить все элементы будущего текста, а справа - соответствующие им ключевые фразы и наброски решений. Специалисты советуют при написании текста представить себя родителем - спокойным и уверенным в себе, тогда и текст выйдет логичный и цельный.

В зависимости от назначения и характеристик товара, рекламодатель придает ему определенный образ: серьезный, шутливый, ироничный и т.д. В соответствии с образом выдерживается и стиль рекламного текста. Важным условием является использование "языка", близкого и понятного конкретной целевой аудитории. Лучше, если это будут слова и выражения, используемые в повседневной жизни - их легче воспринять и запомнить, а также фразы, пробуждающие образное мышление потребителя. Также нужно отметить, что слова позитивные и нейтральные лучше для восприятия, чем негативные.

При составлении рекламного текста следует использовать короткие предложения и небольшие параграфы. Конечно, автору хочется в полной мере раскрыть свой талант и блеснуть красноречием, но не

стоит увлекаться. Важно помнить о сути рекламного текста и не потерять ее за лишней оригинальностью. Также не стоит использовать жаргонные и двусмысленные выражения и сослагательное наклонение.

Все обращения в рекламном тексте должны быть адресованы покупателю, не следует употреблять обращения в "никуда".

Важной характеристикой рекламного обращения является ее правдивость и достоверность содержащейся в ней информации. При составлении текста необходимо быть уверенным в каждом предложении. По этой причине не стоит использовать непроверенные факты и громкие

обещания - они могут заронить сомнение в сознание потенциального потребителя. Не нужно включать в содержание рекламного обращения свою точку зрения - потребителю не всегда это нужно.

Ну и, конечно, не стоит рассчитывать на успех бледно написанного рекламного текста. Лучше использовать более выразительные синонимы шаблонных слов и высказываний. Тем более что в русском языке их предостаточно. К примеру, куда интереснее звучит "великолепный", "превосходный", "уникальный", чем просто "лучший". Выразительный текст в очередной раз укажет на профессионализм рекламодателя.

Порядок выполнения работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Решение ситуаций по пройденному материалу.

Ход работы:

1. Используя изученный теоретический материал, выполните задания.
2. Сделайте выводы.

Форма представления результата: выполненная работа.

Критерии оценки

Оценка «отлично» ставится:

- ответ изложен в соответствии с требованиями культуры речи и с использованием соответствующей системы понятий и терминов (могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа).

Оценка «хорошо» ставится:

- Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» ставится:

- Логика и последовательность изложения имеют нарушения; допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов, которые студент способен исправить после наводящих вопросов (допускается не более двух ошибок, не исправленных студентом).
- Студент не способен самостоятельно выделить существенные и важные элементы темы.

Оценка «неудовлетворительно» ставится:

- Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу, присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения.

Практическая работа №12

Тема 3.3 Реклама

Ознакомление с методами сбора и анализа маркетинговой информации

Цель работы: Формирование знаний о методах сбора анализа маркетинговой информации.).

Выполнив работу, Вы будете:

уметь:

- У1 рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации.

Материальное обеспечение:

Учебник, конспект лекций

Задание:

1.Проведите маркетинговые исследования для потенциально открываемого вами Предприятия общественного питания.

Краткие теоретические сведения:

На практике используются следующие основные методы сбора первичной информации:

- наблюдение;
- эксперимент;
- имитация;
- опрос.

Наблюдение обычно используется в исследованиях поискового характера. Оно позволяет поддерживать стабильные условия и использовать технические средства. Оно может быть скрытым (с применением телекамер, например) и открытым (с непосредственным участием исследователя). В зависимости от преследуемых целей наблюдение может быть свободным и стандартизированным (задаются определенные критерии для исследования).

Эксперимент - метод сбора информации о поведении исследуемых объектов, предусматривающий установление контроля над всеми факторами, влияющими на функционирование этих объектов.

Эксперимент как метод маркетинговых исследований предполагает, что при анализе должно быть исключено влияние всех факторов кроме, изучаемого. Поэтому эксперимент предполагает наличие

не менее двух сопоставимых исследуемых групп, одна из которых является экспериментальной, а другая контрольной.

Имитация (имитационное моделирование) представляет собой математическую, графическую или иную модель контролируемых и неконтролируемых факторов, определяющих стратегию и тактику предприятия.

Имитационное моделирование позволяет всесторонне изучить множество факторов, определяющих стратегию маркетинга. Подготовительные мероприятия по проведению имитации состоит в разработке модели функционирования объекта и проверке ее адекватности.

Наиболее широко моделирование применяется для изучения покупательского поведения. Наиболее известными моделями покупательского поведения являются вероятностные (стохастические), линейно-экспериментальные, модели переработки информации.

Опрос - это метод сбора информации, путем установления контактов с объектами исследования.

Источником информации при проведении массовых опросов выступает население, не связанное по роду своей деятельности с предметом анализа.

В специализированных опросах, именно специалисты (эксперты) - лица, чья профессиональная деятельность тесно связана с предметом исследования, выступают основными источниками информации.

Порядок выполнения работы:

1. Ознакомится с теоретическим материалом
2. Решение ситуаций по пройденному материалу.

Ход работы:

1. Используя изученный теоретический материал, выполните задания.
2. Сделайте выводы.

Форма представления результата: выполненная работа.

Критерии оценки

Оценка «отлично» ставится:

- ответ изложен в соответствии с требованиями культуры речи и с использованием соответствующей системы понятий и терминов (могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа).

Оценка «хорошо» ставится:

- Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» ставится:

- Логика и последовательность изложения имеют нарушения; допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов, которые студент способен исправить после наводящих вопросов (допускается не более двух ошибок, не исправленных студентом).
- Студент не способен самостоятельно выделить существенные и важные элементы темы.

Оценка «неудовлетворительно» ставится:

- Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу, присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения.