



государственное автономное профессиональное
образовательное учреждение Самарской области
«Самарский колледж сервиса производственного
оборудования имени Героя Российской Федерации
Е.В. Золотухина»

Методические рекомендации
по выполнению лабораторно - практических заданий
по дисциплине ОП.02 Основы экономики, менеджмента и маркетинга
для студентов по специальности
08.02.14 Эксплуатация и обслуживание многоквартирного дома

Разработчик
преподаватель ГАПОУ СКСПО Садриева Е.А.

Методические рекомендации для выполнения лабораторно-практических заданий предназначены для освоения практических навыков студентами неэкономических специальностей, по дисциплине ОП.02 Основы экономики, менеджмента и маркетинга. В данном методическом пособии собран материал для выполнения лабораторно-практических заданий в целях формирования общих компетенций экономического характера у студентов, обучающихся по специальности 08.02.14 Эксплуатация и обслуживание многоквартирного дома

Содержание

Пояснительная записка.....	4
Критерии оценки.....	7
ЛПЗ №1. Определение организационно-правовых форм управляющих организаций	
ЛПЗ № 2. Определение стоимости основных фондов. Расчет амортизационных отчислений	
ЛПЗ №3. Расчет показателей использования основных фондов	
ЛПЗ №4. Расчёт фонда оплаты труда и заработной платы	
ЛПЗ № 5. Расчёт производительности труда	
ЛПЗ №6. Расчет расходов организации, определение себестоимости продукции	
ЛПЗ №7. Расчёт прибыли и рентабельности	
ЛПЗ №8. Рассмотрение эволюций концепций менеджмента	
ЛПЗ №9. Планирование деятельности организации: анализ внешней и внутренней среды. Анализ сильных и слабых сторон	
ЛПЗ №10. Процесс принятия управленческого решения	
ЛПЗ №11. Определение мотивации сотрудников	
ЛПЗ №12. Маркетинговые исследования	
ЛПЗ №13. Разработка рекламной кампании управляющей организации	
ЛПЗ №14. Разработка стратегии и программы маркетинга управляющей организации	
Список рекомендуемой литературы.....	

Пояснительная записка

Методические указания для выполнения практических заданий рассчитаны на студентов неэкономических специальностей.

Выполнение практических заданий способствует умению применять полученные студентом оперативные и репродуктивные знания при решении проблем в области экономики, менеджмента и маркетинга.

Планируемые практические занятия студентов и форма отчетности представлена в таблице 1

Таблица 1 – Практическая работа студентов и форма отчетности

Вид, название и краткое содержание задания	Часы, планируемые на самостоятельную работу		Форма отчетности и контроля
	аудит. работы	внеауд работы	
1	2	3	4
ЛПЗ №1. Определение организационно-правовых форм и построение организационной структуры управляющих организаций.	2		Отчетная работа №1. Оценка
ЛПЗ № 2. Определение стоимости основных фондов. Расчет амортизационных отчислений	4		Отчетная работа №2. Оценка
ЛПЗ №3. Расчет показателей использования оборотных фондов	4		Отчетная работа №3. Оценка
ЛПЗ №4. Расчёт фонда оплаты труда и заработной платы	5		Отчетная работа №4. Оценка
ЛПЗ № 5. Расчёт производительности труда	2		Отчетная работа №5. Оценка
ЛПЗ №6. Расчет расходов организации, определение себестоимости продукции	6		Отчетная работа №6. Оценка
ЛПЗ №7. Расчёт прибыли и рентабельности	2		Отчетная работа №7. Оценка
ЛПЗ №8. Рассмотрение эволюций концепций менеджмента	1		Отчетная работа №8. Оценка
ЛПЗ №9. Планирование деятельности организации: анализ внешней и внутренней среды. Анализ сильных и слабых сторон	1		Отчетная работа №9. Оценка
ЛПЗ №10. Процесс принятия управленческого решения	1		Отчетная работа №10. Оценка
ЛПЗ №11. Определение мотивации сотрудников	1		Отчетная работа №11. Оценка
ЛПЗ №12. Маркетинговые исследования	1		Отчетная работа №12. Оценка
ЛПЗ №13. Разработка рекламной кампании управляющей организации	1		Отчетная работа №13. Оценка
ЛПЗ №14. Разработка стратегии и программы маркетинга управляющей организации	1		Отчетная работа №14. Оценка
Итого	32		

В результате выполнения практических работ по дисциплине обучающийся **должен уметь:**

- определять задачи для поиска информации;
- определять информации необходимые источники информации;
- планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;
- выделять наиболее значимое в перечне информации;
- оценивать практическую значимость результатов поиска;
- оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;
- использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен знать:**

- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;
- применять современную научную профессиональную терминологию.

Выполнение студентами практических заданий направлено на **формирование общих и профессиональных компетенций** вариативного порядка:

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

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

Критерии оценки

Оценка уровня и качества знаний и умений студентов по выполненным практическим работам определяется следующим образом:

"5"- ставится за полностью выполненное задание с комментариями по его выполнению в устной форме, самостоятельное применение теоретических знаний в практической деятельности;

"4" - ставится за полностью выполненное задание с комментариями по его выполнению в устной форме, с допуском отдельных несущественных ошибок, исправляемых учащимися по указанию преподавателя;

"3" - ставится за не полностью выполненное задание, однако, это не препятствует усвоению дальнейшего материала, реализуемого ОПОП, допускаются отдельные существенные ошибки, исправляемые с помощью преподавателя;

"2" - ставится за невыполненное задание, или присутствуют существенные ошибки, неисправляемые даже с помощью преподавателя, наблюдается неумение применять знания в практической деятельности.

Лабораторно-практическое занятие 1.

ТЕМА: Определение организационно-правовых форм и построение организационной структуры управляющих организаций.

Цель: научиться определять организационно-правовую форму и строить *оптимальные структуры, позволяющие внедрить научную организацию рабочих мест; принципы и методы планирования работ на участке; приемы и методы управления структурными подразделениями, при выполнении ими производственных задач;*

Для выполнения работы необходимо **знать:**

- виды организационно-правовых форм управляющих компаний;
- типы организационных структур;
- виды и назначения структурных подразделений;
- делегирование полномочий.

Для выполнения работы необходимо **уметь:**

- находить и использовать необходимую экономическую информацию;
- строить организационную структуру управления структурного подразделения согласно данным штатного расписания.

Выполнение данной практической работы способствует формированию общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

КРАТКАЯ ТЕОРИЯ И МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Организационно-правовые формы управляющих организаций могут быть разными, в зависимости от сферы деятельности и целей создания компании.

Для управления многоквартирными домами в соответствии с Жилищным кодексом РФ (ст. 161) управляющие организации могут создаваться в виде:

- управляющих компаний;
- товариществ собственников жилья (ТСЖ);
- жилищных кооперативов (ЖК);
- жилищно-строительных кооперативов (ЖСК).

Кроме того, многоквартирные дома могут находиться под управлением индивидуальных предпринимателей.

Для управления промышленными (промышленными) парками управляющая компания может создаваться в одной из следующих организационно-правовых форм:

- полное товарищество;
- товарищество на вере;
- общество с ограниченной ответственностью;
- акционерное общество;
- некоммерческое партнёрство;
- саморегулируемая организация.

Для реализации определённого бизнес-проекта управляющая компания может создаваться в форме коммерческой организации, например, в виде ООО. При выборе организационно-правовой формы важно учитывать цели проекта: будет ли он коммерческим или некоммерческим.

Для управления инвестиционными фондами управляющая компания может быть создана в форме ООО или АО и в своём названии иметь слово «инвестиционный фонд» или другие схожие, указанные в законе.

В других случаях в роли управляющей компании могут выступать, например, головные организации банковских холдингов, которые организуют деятельность входящих в него кредитных организаций.

Понятие организационной структуры

Под организационной структурой управления понимается упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их функционирование и развитие как единого целого.

Элементами структуры являются отдельные работники, службы и другие звенья аппарата управления. В рамках структуры протекает управленческий процесс (движение информации и принятие управленческих решений), между участниками которого распределены задачи и функции управления, а, следовательно, - права и ответственность за их выполнение.

Построение организационной структуры базируется на функциях менеджмента и определяется *принципом первичности функции и вторичности органа управления*, имея характер пирамиды, т.е. содержит несколько уровней управления (рисунок 1)



Рисунок 1 – Уровни управления организационной структуры

Структура управления характеризуется наличием связей между ее элементами:

- ❖ *горизонтальные связи* носят характер согласования и являются, как правило, одноуровневыми;
- ❖ *вертикальные связи* – это связи подчинения, которые возникают при наличии нескольких уровней управления, вертикальные связи бывают линейными и функциональными

Типы организационных структур управления предприятием

На практике существуют несколько типов организационных структур управления предприятием: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, матричная.

Линейная структура управления предприятием подразумевает собой то, что каждым подразделением руководит управленец, осуществляющий единоличное руководство подчиненными сотрудниками и сосредоточивший в себе все функции управления. Данный управленец в свою очередь подчиняется вышестоящему управленцу.

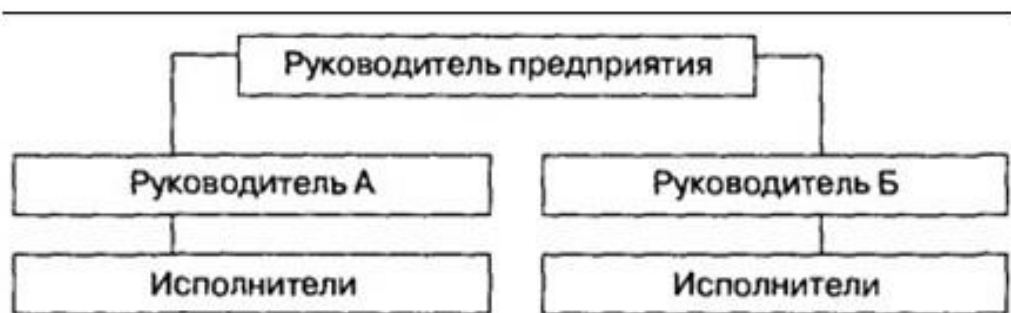


Схема 1 Линейная структура

Функциональная - вид организационной структуры, подразумевающий собой группирование конкретных должностей в отделы. Строится на основе общих видов деятельности.



Схема 2. Функциональная структура

Линейно-функциональная структура : Назначение функциональных служб заключается в подготовке для линейных руководителей данных, чтобы те в свою очередь могли принять компетентное решение.



Схема 3 Линейно-функциональная структура

Дивизиональная структура управления подразумевает собой то, что критерием группирования должностей в дивизионы (отделы) выступают виды выпускаемой предприятием продукции, группы потребителей или регионы.



Схема 4 Дивизиональная структура управления

Матричная структура предполагает одновременное группирование на одном уровне управления по нескольким критериям. На схеме 5 представлен матричный тип.



Схема 5 Матричная структура

Процедура создания структурного подразделения

1. Формирование рабочей группы по созданию службы, отвечающей за разработку предложений
2. Определение задач и функций службы, сферы полномочий и ответственности;
3. Определение статуса и подотчетности службы, её места в организационной структуре
4. Составление штатного расписания и должностных инструкций специалистов
5. Установление перечня критериев оценки работы службы
6. Определение порядка взаимодействия с другими подразделениями
7. Назначение руководителя службы
8. Разработка и утверждение Положения о службе
9. Издание приказа о введении организационно-распорядительных документов, регламентирующих деятельность службы

Требования к построению оргструктуры

1. Простота структуры. Чем проще структура, тем мобильнее управление ею и выше шансы на успех
2. Эффективная система связей между подразделениями. Это обеспечивает четкую передачу информации и обратную связь
3. Малозвенность структуры. Чем меньшим количеством звеньев характеризуется структура, тем более оперативной оказывается передача информации как сверху вниз, так и снизу вверх
4. Гибкость и приспособляемость. Под влиянием высоких темпов техпрогресса, роста масштабов производства изменяется характер и направление целей предприятия, способы их достижения.

Документы, регламентирующие работу подразделения:

- ❖ положение о подразделении,
- ❖ штатное расписание,
- ❖ должностные инструкции,
- ❖ положение об отчетности, оценке, мотивации и т.д

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТЫ И ФОРМА ОТЧЕТНОСТИ

Задание 1

Изучите теоретический материал. Структурируйте в виде таблицы 1 ответы на вопросы.

Таблица 1 – Теоретические основы построения организационных структур

№пп	Вопрос	Ответ
1	Оргструктура (определение)	
2	Перечислите элементы организационной структуры	
3	Перечислите уровни управления оргструктуры	
4	Какой характер носят горизонтальные связи между элементами оргструктуры?	
5	Какой характер носят вертикальные связи между элементами оргструктуры?	
6	Сущность линейной структуры управления предприятием	
7	Сущность функциональной структуры управления предприятием	
8	Сущность линейно-функциональной структуры управления предприятием	
9	Сущность дивизиональной структуры управления предприятием	
10	Сущность матричной структуры управления предприятием	
11	Какие требования предъявляются к построению оргструктур?	
12	Процедура создания структурного подразделения	
13	Какие документы регламентируют работу подразделения?	
	Перечислите проблемные факторы функционирования управления на предприятии (приложение Ж)	

Задание 2:

На основании штатного расписания составить организационную структуру ТСЖ «Уют». Отчет оформить в виде схемы.

<file:///C:/Users/Elena/Downloads/jv524ze6m2n0lw8jennq05ziub52bqq7.pdf> - штатное расписание

Лабораторно-практическое занятие 2.

ТЕМА: Определение стоимости основных фондов. Расчет амортизационных отчислений.

Цель: Знать экономическую сущность основных фондов. Рассчитывать первоначальную и остаточную стоимость основных фондов предприятия, амортизацию. Рассчитывать и анализировать показатели характеризующие эффективность использования основных фондов

Для выполнения работы необходимо **знать:**

- структуру основных фондов;
- методы начисления амортизации.

Для выполнения работы необходимо **уметь:**

- находить и использовать необходимую экономическую информацию;
- рассчитывать по определённой методологии стоимость и амортизацию основных средств.

Выполнение данной практической работы способствует формированию общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

I. Выполните упражнения

1. Дополните определения:

А. Основные средства — это _____, которые участвуют в _____, сохраняя при этом свою _____ форму. Предназначаются для нужд основной деятельности организации и должны иметь срок использования _____. По мере износа, стоимость основных средств уменьшается и переносится на _____ с помощью _____.

Б. Показатель _____ характеризует стоимость ОПФ, необходимую для выпуска единицы продукции или при денежном выражении выпуска — необходимую для выпуска продукции на 1 руб. (на 1 тыс. руб., на 1 млн. руб.)

2. Выберите правильный ответ.

По участию в процессе производства выделяют:

- а) активные и пассивные фонды;
- б) основные производственные и непроизводственные фонды;
- в) активные и непроизводственные фонды.

II. Решите задачи.

1) **Цель:** Определить коэффициенты, характеризующие структуру основных производственных фондов (ОПФ).

Исходные данные: Стоимость ОПФ на начало года составила – 15 млн.руб. В течение года было введено ОПФ – 5,4 млн.руб., списано с баланса предприятия (ликвидировано) – 2,7 млн. руб.

Методические указания.

$$\text{Коэффициент обновления ОПФ: } K_{\text{обн}} = \frac{\text{ОПФ}_{\text{вв}}}{(\text{ОПФ}_{\text{нг}} + \text{ОПФ}_{\text{пр}})} = \frac{\text{ОПФ}_{\text{вв}}}{\text{ОПФ}_{\text{кг}}},$$

где ОПФ_{кг} – основные производственные фонды на конец года:

$$\text{ОПФ}_{\text{кг}} = \text{ОПФ}_{\text{нг}} + \text{ОПФ}_{\text{пр}} \quad (\text{Здесь } \text{ОПФ}_{\text{пр}} = \text{ОПФ}_{\text{вв}} - \text{ОПФ}_{\text{лик}}).$$

$$\text{Коэффициент выбытия: } K_{\text{лик}} = \frac{\text{ОПФ}_{\text{лик}}}{\text{ОПФ}_{\text{нг}}}$$

$$\text{Коэффициент прироста: } K_{\text{пр}} = \frac{\text{ОПФ}_{\text{пр}}}{\text{ОПФ}_{\text{кг}}}$$

2) Цель: Определить первоначальную, восстановительную и остаточную стоимость основных производственных фондов.

Исходные данные: Цена приобретения единицы оборудования $\text{Ц}_{\text{об.}} = 5$ тыс.руб.; транспортно-монтажные работы $\text{З}_{\text{тм}} = 1$ тыс.руб.; среднегодовые темпы роста производительности труда в отрасли $\text{П}_{\text{отр.}} = 0,03$ или 3%; норма амортизации $\text{Н}_a = 10\%$, или 0,1; период эксплуатации $\text{T}_{\text{эк.}} = 7$ лет.

Методические указания.

Первоначальная стоимость – это стоимость приобретения единицы оборудования ($\text{Ц}_{\text{об.}}$) плюс транспортно-монтажные затраты ($\text{З}_{\text{тм}}$):

$$\text{Ц}_{\text{пер}} = \text{Ц}_{\text{об.}} + \text{З}_{\text{тм}}.$$

Восстановительная стоимость – это стоимость техники на год переоценки : $\text{Ц}_{\text{вос}} = \frac{\text{Ц}_{\text{пер}}}{(1+\text{П})^t}$,

где П – среднегодовые темпы роста производительности труда в отрасли;

t – время между годами выпуска техники и переоценки, например год приобретения – 1999, год переоценки – 2007, $t = 8$ лет.

Остаточная стоимость – это первоначальная стоимость, уменьшенная на величину перенесённой стоимости:

$$\text{Ц}^{\text{ост}} = \text{Ц}_{\text{пер}} - \text{Ц}_{\text{пер}} * \text{Н}_a * \text{T}_{\text{эк}} = \text{Ц}_{\text{пер}} * (1 - \text{Н}_a * \text{T}_{\text{эк}}).$$

3) Цель: Определить норму амортизации (Н_a) методом пропорционального и ускоренного перенесения стоимости основных производственных фондов.

Исходные данные: Цена единицы оборудования $\text{Ц}_{\text{об.}} = 10$ тыс.руб.; срок службы $\text{T} = 12$ лет.

Методические указания.

Пропорциональный метод начисления амортизации предусматривает начисление равной нормы амортизации в любой период эксплуатации основных производственных фондов: $\text{Н}_a = \frac{1}{\text{T}_n} * 100\%$ (например, при $\text{T} = 5$ лет $\text{Н}_a = \frac{1}{5} * 100 = 20\%$, или 0,2).

Ускоренный метод заключается в том, что основная доля амортизационных отчислений приходится на первые годы службы оборудования. В этом случае срок его службы рассчитывается в условных годах, т.е. выражается суммой натуральных чисел от единицы до n , где n – срок службы в годах. (например, при $\text{T} = 10$ лет условное количество лет составит: $1+2+3+\dots+10 = 55$ усл.лет. В первый год $\text{Н}_a = \frac{10}{55} * 100 = 18,2\%$,

$$\text{Н}_a = \frac{9}{55} * 100 = 16,3\%, \text{Н}_a = \frac{8}{55} * 100 = 14,5\%, \dots, \text{в десятый}$$

$$\text{Н}_a = \frac{1}{55} * 100 = 1,8\%.$$

Задача 4) Цель: Определить фондоотдачу и фондоемкость.

Исходные данные: Первоначальная стоимость оборудования в отчетном периоде составляет 254 млн. руб. Годовой выпуск валовой продукции 267 млн. руб.

Методические указания.

1. Определяем фондоотдачу по валовой продукции по формуле: $\text{ФО} = \frac{\text{ПР}}{\text{Ф}_{\text{осн}}}$, где ПР – выпуск продукции; $\text{Ф}_{\text{осн}}$ – стоимость основных фондов.
2. Определяем фондоемкость годового выпуска продукции по формуле: $\text{ФЕ} = \frac{1}{\text{ФО}}$.

Задача 5) Цель: Определить коэффициент экстенсивного использования оборудования.

Исходные данные: В году 250 рабочих дней. Режим работы – 2 смены по 8 часов. Потери времени на плановые ремонты – 5%. Потери времени по организационно-техническим

причинам – 100 часов.

Методические указания.

Коэффициент экстенсивного использования оборудования характеризует его использование во времени и определяется по формуле: $R_{\text{экст}} = \frac{F_{\text{факт}}}{F_{\text{пл}}}$, где $F_{\text{факт}}$, $F_{\text{пл}}$ – соотв. фактический и плановый фонд времени работы оборудования

Задача 6) Цель: Определить первоначальную, восстановительную и остаточную стоимость автомобиля.

Исходные данные: Цена приобретения автомобиля ($C_{\text{авт}}$) – 500 тыс.руб.; транспортно-заготовительские расходы ($Z_{\text{тм}}$) – 40 тыс.руб.; среднегодовые темпы роста производительности труда в отрасли ($P_{\text{отр}}$) – 3%; норма амортизации ($H_{\text{а}}$) – 15%; период амортизации ($T_{\text{эк}}$) – 7 лет.

Задача 7) Цель: Определить среднегодовую стоимость основного капитала.

Исходные данные: Стоимость основного капитала на 1 января i -го года 50 млн. руб. Стоимость введенного капитала в июле 30 млн. руб. В сентябре – 10 млн. руб. Стоимость ликвидируемого оборудования в октябре 10 млн. руб.

Методические указания.

Среднегодовая стоимость основного капитала может быть рассчитана по формуле: $OK_{\text{кг}} = OK_{\text{нг}} + \frac{OK_{\text{в}} * T_i}{12} - \frac{OK_{\text{л}} * T_i''}{12}$, где $OK_{\text{нг}}$, $OK_{\text{в}}$, $OK_{\text{л}}$ – соответственно основной капитал на начало года, введенный и ликвидированный; T_i - число месяцев эксплуатации введенного капитала; T_i'' - количество месяцев недоиспользования основного капитала.

Лабораторно-практическое занятие 3

ТЕМА Расчет показателей использования оборотных фондов

Цель: знать экономическую сущность оборотных средств. Рассчитывать и анализировать показатели характеризующие эффективность использования оборотных фондов.

Различать состав и структуру оборотных фондов

Для выполнения работы необходимо **знать:**

- структуру оборотных фондов;
- показатели эффективности оборотных средств.

Для выполнения работы необходимо **уметь:**

- находить и использовать необходимую экономическую информацию;
- рассчитывать по определённой методологии эффективность использования основных средств.

Выполнение данной практической работы способствует формированию общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

I. Выполните упражнения.

1. Выберите правильный ответ.

- А) Оборотные средства включают:
- а) транспортные средства;
 - б) рабочие машины и оборудование;
 - в) оборотные фонды и готовую продукцию;
 - г) оборотные фонды и фонды обращения;
 - д) фонды обращения и производственные запасы.

Б) Какие стадии проходят оборотные средства:

- а) денежную и товарную;
- б) денежную и реализационную;
- в) товарную, производственную, денежную;
- г) денежную, реализационную, товарную;
- д) реализационную, денежную?

В) Какие показатели используются при оценке количества оборотов:

- а) стоимость товарной продукции;
- б) стоимость реализованной продукции;
- в) себестоимость реализованной продукции;
- г) стоимость оборотных фондов.

2. Соотнесите термины и определения:

Термин	Определения
1. Полуфабрикаты собственного производства	А. сырье, основные и вспомогательные материалы, топливо, горючее, покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия, тара и тарные материалы, запасные части для текущего ремонта основных фондов
2. Расходы будущих периодов	Б. материалы, детали, узлы и изделия, находящиеся в процессе обработки или сборки, полуфабрикаты собственного изготовления не законченные полностью производством
3. Производственные запасы	В. это невещественные элементы оборотных фондов, включающие затраты на подготовку и освоение новой продукции, которые производятся в данном периоде, но относятся на продукцию будущего периода

II. Решите задачи.

1) Цель: Определить стоимость поставки материальных ресурсов.

Исходные данные: Стоимость потребления за декаду $C_{дек} = 72$ тыс.руб., при цене за 1 т. $C_t = 2$ тыс.руб.; интервал плановой поставки $I_{пл} = 8$ дней, страховой запас $CЗ(И) = 2$ дня, транспортный запас $Тр_3(И) = 1$ день, технологический запас $Тех_3 = 3\%$.

Методические указания.

Норматив оборотных средств в производственных запасах определяется на основе среднесуточного расхода материальных ресурсов ($P_{сут}$), который представляет собой частное от деления суммы фактического расхода материальных ресурсов (P) за определённый период (декада, месяц, квартал, год) на количество дней в данном периоде ($D_{п}$): $P_{сут} = \frac{P}{D_{п}}$.

Норматив производственных запасов включает текущий, страховой, транспортный и технологический запас.

Текущий запас предназначен для обеспечения производственного процесса материальными ресурсами между двумя поставками:

$ТЗ = P_{сут} * I_{пл}$ (где $I_{пл}$ – плановый интервал между двумя поставками, дни) и достигает максимальной величины в момент очередной поставки.

Страховой запас определяется в размере 50% среднесуточного расхода, умноженного на разрыв в интервале поставок, т.е. на разницу между фактическим временем поставки ($I_{факт}$) и плановым ($I_{пл}$): $CЗ = P_{сут} * И * 0,5$.

Технологический запас определяется как произведение суммарной величины запасов на коэффициент технологичности материала ($K_{тех}$), который устанавливается в процентах комиссией из представителей поставщиков и потребителей: $Тех_3 = (ТЗ + CЗ + Тр_3) * K_{тех}$.

Стоимость производственного запаса определяется как произведение общего

объёма поставки ($ПЗ_{общ} = ТЗ + СЗ + Тр_з + Тех_з$), уменьшенного на технологический запас, на цену 1т ($Ц_т$), т.е. $Ц_{пз} = (ПЗ_{общ} - Тех_з) * Ц_т$.

2) Цель: Определить оборачиваемость оборотных средств, т.е. количество оборотов и длительность одного оборота.

Исходные данные: Стоимость реализованной продукции РП = 46 млн.руб., валовая прибыль $ПР_{вал} = 10$ млн.руб., средний остаток, или норматив, оборотных средств $ОС_n = 9$ млн.руб.

Методические указания.

Оборачиваемость оборотных средств характеризуется числом оборотов, совершённых оборотными средствами за отчётный период, и представляет собой отношение себестоимости реализованной продукции ($С_{реал}$) к среднему остатку, или нормативу, оборотных средств ($ОС_n$): $O = \frac{С_{реал}}{ОС_n}$

Показатель отражающий время (продолжительность) одного оборота в днях (D), может быть рассчитан как отношение количества календарных дней в отчётном периоде (T) к числу оборотов оборотных фондов (O): $D = \frac{T}{O}$;

3) Цель: Определить абсолютную величину сокращения длительности одного оборота.

Исходные данные: В базисном году стоимость реализованной продукции $РП_{баз} = 9$ млн.руб., доля прибыли $\alpha_{пр} = 0,2$, оборотные средства в базисном году $ОС_{баз} = 400$ тыс.руб. В отчётном году реализованная продукция возрастет на 15%, прибыль – на 15%.

Методические указания.

Величина сокращения длительности одного оборота отражает рост эффективности использования оборотных средств и рассчитывается как разница между длительностью оборота в базисном и отчётном годах: $D = D_{баз} - D_{отч}$.

Длительность одного оборота – это отношение 360 дней к количеству оборотов: $D = \frac{360}{O}$. В свою очередь количество оборотов определяется путём деления

себестоимости реализованной продукции ($С_{реал}$) на норматив оборотных средств: $O = \frac{С_{реал}}{ОС_n}$

4) Цель: рассчитать на основании исходных данных, какая сумма оборотных средств высвобождена вследствие ускорения их оборачиваемости.

Исходные данные:

Показатели	Отчёт	
	за предыдущий год	текущий год
1. Валовые доходы предприятия, тыс. руб.	15 620	6 200
2. Сумма привлечённых оборотных средств, тыс. руб.	736	720
3. Оборачиваемость оборотных средств		
4. Продолжительность оборота, дней		

Методические указания.

Потребность в оборотных средствах в текущем году исходя из оборачиваемости предыдущего года рассчитывается по формуле:

$N_{об}^1 = \frac{\sum D * 0,98 * T_{об}}{\Phi_{об}}$, где $\sum D$ – сумма доходов предприятия за рассматриваемый период

Времени (с учётом отчислений от доходов в размере 2% на строительство дорог); $\Phi_{об}$ – сумма оборотных средств, привлечённых для выпуска продукции, руб., $T_{об}$ – продолжительность оборота за предыдущий год.

Ускорение оборачиваемости оборотных средств определяется как разница между суммой привлечённых оборотных средств за предыдущий и текущий год.

Лабораторно-практическое занятие 4
ТЕМА: Расчёт фонда оплаты труда и заработной платы

Цель: Оценивать движение кадров. Рассчитывать оплату труда в соответствии с определенной формой начисления.

Для выполнения работы необходимо **знать:**

- системы оплаты труда;
- методы расчёта тарифной формы оплаты труда.

Для выполнения работы необходимо **уметь:**

- находить и использовать необходимую экономическую информацию;
- рассчитывать по определённой методологии заработную плату

Выполнение данной практической работы способствует формированию общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

Решить задачи.

Задача 1) Простая сдельная форма оплаты труда

Цель: Определить размер сдельного заработка за месяц.

Исходные данные: Рабочий 4 разряда за месяц изготовил 147 штук изделий А (норма штучно-калькуляционного времени 11 мин = 0,18 ч.) и 110 штук изделий Б (норма времени 4 мин. = 0,06 ч.). Часовая тарифная ставка 263руб.

Зарплата рабочего за месяц зависит от количества изготовленной им продукции и от квалификации рабочего.

Методические указания: Размер прямой сдельной зарплаты считается по формуле:

$$ЗП_{сд} = \sum_1^b P_{сд} \times N = P_{сд1} \times N_1 + P_{сд2} \times N_2 + \dots P_{сд}^n \times N_{изд}^n, \text{руб.}$$

Где N – количество изготовленных изделий, шт.

$P_{сд}$ – сдельная расценка, т.е. оплата за изготовление одной штуки, руб.

b – количество разновидностей изготавливаемых изделий

Сдельная расценка рассчитывается по формуле:

$$P_{сд} = C_q \times T_{шт.к.}, \quad \text{руб.}$$

Где C_q – часовая тарифная ставка соответствующего разряда, руб.

$T_{шт.к.}$ – штучное калькуляционное время, час.

Штучно-калькуляционное время – это время на изготовление одного изделия

Задача 2) Сдельно – премиальная форма оплаты труда

Цель: Определить размер заработка рабочего за месяц.

Исходные данные: Рабочий 3 разряда за месяц изготовил 170 штук изделий А (норма штучно-калькуляционного времени 9 мин = 0,15 ч.) и 95 штук изделий Б (норма времени 15 мин. = 0,25 ч.). Часовая тарифная ставка 260 руб. Процент премии, согласно премиальному положению, 40% Условия премирования работником выполнены.

Методические указания: Размер заработка при этой системе рассчитывается по формуле:

$$ЗП_{сд-пр} = \sum_1^b (P_{сд} \times N) \times \left(1 + \frac{П}{100}\right), \quad \text{руб}$$

Где $П$ – установленный процент премии согласно премиальному положению, %.

Задача 3) Простая повременная форма оплаты труда.

Цель: Определить заработок работников за месяц.

Исходные данные: Рабочие 3 и 4 разрядов отработали за месяц на производственном участке. Сварщик 3 разряда отработал 165 часов. Рабочий 4 разряда отработал 158 часов. Часовая тарифная ставка рабочего 5 разряда 200 руб. Часовая тарифная ставка рабочего 6 разряда – 230 руб.

Методические указания: Заработная плата рабочего считается по формуле:

$$ЗП_{\text{повр}} = C_{\text{ч}} \times T, \text{ руб.}$$

Где, $C_{\text{ч}}$ – часовая тарифная ставка рабочего-повременщика соответствующего разряда, руб.

T – отработанное рабочим за месяц время, час.

Задача 4) Повременно- премиальная форма оплаты труда.

Цель: Определить заработок работников за месяц.

Исходные данные: Два сварщика 3 и 5 разрядов отработали за месяц на стройке по 175 часов каждый.

Часовая тарифная ставка сварщика 3 разряда 180 руб.

Часовая тарифная ставка сварщика 5 разряда – 200 руб.

Размер премии - 20% тарифного заработка за обеспечение безаварийной работы. Условия премирования работниками выполнены.

Методические указания: Размер заработка при этой системе рассчитывается по формуле

$$ЗП_{\text{повр}}^{\text{прем}} = C_{\text{ч}} \times T \times \left(1 + \frac{П}{100}\right), \text{ руб.}$$

Премия выплачивается при условии выполнения установленных количественных и качественных показателей.

Задача 5). Определите заработок рабочего, находящегося на прямой сдельной оплате труда за месяц. Фактическая выработка за месяц составила 310 выполненных услуг шиномонтажа, сдельная расценка за единицу услуги равна 138 рублей.

Задача 6). Определите выплаченную заработную плату мастеру, если:

- 1) в месяце было 22 рабочие смены, (из них 2 смены в праздничные дни),
- 2) фактически отработал 18 смен (из них 1 смена в праздничный день),
- 3) оклад составляет 14000,00 руб.,
- 4) премия составляет 25% к заработку,
- 5) за работу в праздничные дни выплачивается двойной размер заработка.

Задача 7). Рассчитайте и заполните недостающие данные в таблице, если известно, что рабочая смена 8 часов, количество рабочих дней в среднем 22:

Категория персонала	Кол-во сотрудников (чел.)	Тарифная ставка, оклад (руб.)	Годовой фонд оплаты труда (руб.)	Дополнительный фонд в размере 14% (руб.)	Итого годовой ФОТ
Основные рабочие	35	86,85			
Вспомогательные рабочие	4	69,6			
Специалисты	4	19000			
Служащие	1	17000			
МОП	1	9000			
Итого:		-----			

Задача 8) Изучить динамику кадров на предприятии ЖКХ.

Таблица – Движение кадров на предприятии

№пп	Показатели движения кадров	Значение, чел.
1	Списочная численность работников на начало года	1496
2	Принято на работу	24

№пп	Показатели движения кадров	Значение, чел.
3	Уволено с работы	32
	в т.ч. по причинам перехода на учебу	4
4	призыв на военную службу	2
5	уход на пенсию	5
6	окончание срока контракта	34
7	увольнение по собственному желанию	12
8	по инициативе администрации	6
9	Списочная численность работников на конец года	1488

Методические указания.

1. Определяем среднесписочную численность по формуле: $\bar{Ч}_{\text{ср.сп.}} = \frac{\bar{Ч}_{\text{н.г.}} + \bar{Ч}_{\text{к.г.}}}{2}$ (чел.), где $\bar{Ч}_{\text{н.г.}}$ – списочная численность работников на начало года; $\bar{Ч}_{\text{к.г.}}$ – списочная численность на конец года.
2. Оборот кадров (O_k) – совокупность принятых на работу и выбывших работников.
3. Коэффициент общего оборота – отношение числа принятых и выбывших за период работников к среднесписочной численности определяется по формуле $K_{\text{общ}} = \frac{O_k}{\bar{Ч}_{\text{ср.сп.}}}$
4. Коэффициент оборота по приему ($K_{\text{об}}^{\text{прием}}$) – отношение числа принятых работников к среднесписочной численности работников
- 5 Коэффициент оборота по выбытию ($K_{\text{об}}^{\text{выб.}}$) – отношение выбывших работников к среднесписочной численности
6. Коэффициент текучести кадров ($K_{\text{тек}}$) - отношение числа уволенных по субъективным причинам работников (по собственному желанию, инициативам администрации, окончанию срока контракта, и т.д.) – к среднесписочной численности работников.

Лабораторно-практическое занятие 5

ТЕМА: Расчёт производительности труда

Цель: Рассчитывать и анализировать производительность труда

Для выполнения работы необходимо **знать:**

- производительность труда;
- методы расчёта производительности труда.

Для выполнения работы необходимо **уметь:**

- находить и использовать необходимую экономическую информацию;
- рассчитывать по определённой методологии производительность труда

Выполнение данной практической работы способствует формированию общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

Решить задачи.

Задача 1) Цель: Определить рост производительности труда при изготовлении отдельных изделий и в целом по всей номенклатуре продукции.

Исходные данные: В плановом периоде объём производства изделия А составляет $ВП_{\text{плА}} = 800$ тыс.руб.; изделия Б – $ВП_{\text{плБ}} = 200$ тыс.руб.; изделия В – $ВП_{\text{плВ}} = 100$ тыс.руб., численность работающих при изготовлении изделия А равна $\bar{Ч}_{\text{плА}} = 400$ чел.; изделия Б – $\bar{Ч}_{\text{плБ}} = 200$ чел.; изделия В – $\bar{Ч}_{\text{плВ}} = 80$ чел.

В отчётном периоде: $ВП_{\text{отчА}} = 880$ тыс.руб.; $ВП_{\text{отчБ}} = 360$ тыс.руб.; $ВП_{\text{отчВ}} = 150$

тыс.руб.; $Ч_{отчА} = 400$ чел.; $Ч_{отчБ} = 300$ чел.; $Ч_{отчВ} = 125$ чел.

Методические указания.

Изменение производительности труда определяется как отношение выработки отчётного и планового периодов. Выработка – это стоимость произведённой продукции, приходящаяся на одного работающего.

Другой метод предусматривает сопоставление темпов роста объёма производства ($tp ВП = \frac{ВП_{отч}}{ВП_{пл}}$) и численность работающих ($tp Ч = \frac{Ч_{отч}}{Ч_{пл}}$).

Производительность труда повышается при условии, если темпы роста объёма производства опережают темпы роста численности, т.е. $tp ВП > tp Ч$.

Задача 2) Цель: Определить прирост производительности труда.

Исходные данные: Высвобождение численности в результате осуществления плана мероприятий по изделию А составляет $Ч_A = 15$ чел.; по изделию Б - $Ч_B = 35$ чел.; по изделию В – $Ч_B = 58$ чел.

Численность работающих по плану $Ч_{пл} = 10\,368$ чел.

Методические указания.

Прирост производительности труда в результате абсолютного уменьшения численности работающих определяется как отношение расчётной численности высвобождения по всем факторам ($\mathcal{E}_{общ}$) к плановой численности работающих ($Ч_{пл}$), уменьшенной на экономию численности:

$$ПТ = \left[\frac{\mathcal{E}_{общ}}{Ч_{пл} - \mathcal{E}_{общ}} \right] - 1,$$

где $\mathcal{E}_{общ}$ – расчётное высвобождение численности по всем факторам:

$$\mathcal{E}_{общ} = \mathcal{E}_1 + \mathcal{E}_2 + \dots + \mathcal{E}_i.$$

Задача 3) Цель: Определить темпы роста производительности труда по изделиям и в целом по всей номенклатуре продукции.

Исходные данные: Трудоёмкость изделия А в плановом периоде $ТЕ_{плА} = 15$ мин; изделия Б – $ТЕ_{плБ} = 20$ мин; изделия В – $ТЕ_{плВ} = 30$ мин; объём производства изделия А – $Q_A = 2$ тыс.шт.; изделия Б – $Q_B = 2,5$ тыс.шт.; изделия В – $Q_B = 3$ тыс.руб. В отчётном периоде: $ТЕ_{отчА} = 12$ мин, $ТЕ_{отчБ} = 15$ мин, $ТЕ_{отчВ} = 25$ мин.

Методические указания.

Изменение производительности труда по изделиям может быть определено как отношение плановой трудоёмкости изделия ($ТЕ_{пл}$) к фактическим затратам времени на производство единицы продукции ($ТЕ_{отч}$).

Темпы роста производительности труда по всей номенклатуре продукции определяются как отношение суммарных затрат планового времени на весь объём производства (по всем номенклатурным позициям) к фактическим затратам

$$\text{времени: } tp ПТ = \frac{\sum_{i=1}^k (ТЕ_{плi} * Q_{плi})}{\sum_{i=1}^k (ТЕ_{отчи} * Q_{плi})} * 100\% .$$

Задача 4) Цель: Определить производительность труда. Решение оформить в виде таблицы.

Исходные данные: Годовой выпуск продукции составляет 20 млн. руб.

Среднесписочная численность персонала предприятия 4100 чел.

Методические указания.

Производительность труда по предприятию считается в виде выработки продукции на одного работающего за период времени (год, квартал, месяц) и определяется по формуле:

$$П_{тр} = \frac{ПР}{R_{ср.сп}}, \text{ руб.}$$

Где: ПР – произведенная предприятием продукция за период, руб.;

$R_{ср.сп}$ – среднесписочная численность промышленно-производственного персонала предприятия, чел.

Расчет производительности труда

№пп	Показатели	Значение
1	Годовой выпуск продукции, руб.	
2	Среднесписочная численность персонала предприятия, чел.	
3	Производительность труда, руб.	

Задача 5) Цель: Определить производительность труда. Решение оформить в виде таблицы.

Исходные данные: Годовой выпуск изделий А 30000 шт. Цена изделия А 350 руб. Годовой выпуск изделий Б 50000 шт. Цена изделия Б 430 руб. Среднесписочная численность работников 4200 человек.

Методические указания.

Расчет производительности труда

№пп	Показатели	Значение
1	Годовой выпуск изделий А, шт.	
2	Цена изделия А, руб.	
3	Годовой выпуск изделий Б, шт.	
4	Цена изделия Б, руб.	
5	Годовой выпуск продукции, руб.	
6	Среднесписочная численность персонала предприятия, чел.	
7	Производительность труда, руб.	

Задача 6). Цель: Оценить изменение производительности труда.

Исходные данные: На плановый период были намечены следующие показатели:

– Выпуск продукции 18 млн. руб.;

– Среднесписочная численность работников 3000 чел.

Фактическая производительность труда на предприятии составила 5500 руб.

Решение оформить в таблице и сделать вывод.

Методические указания. Изменение производительности труда определяется как разница между фактической и плановой производительностью.

Таблица 3 – Расчет изменения производительности труда

№пп	Показатели	План	Факт
1	Годовой выпуск продукции, руб.		
2	Среднесписочная численность персонала предприятия, чел.		
3	Производительность труда, руб.		
4	Изменение производительности труда, руб.		
5.	Изменение производительности труда, % ($\frac{\text{стр.4}}{\text{стр.3}} * 100$)		

Задача 7). Цель: Определить, как изменилась производительности труда в отчетном году

Исходные данные: В отчетном году возрос объем выпускаемой продукции на 5%. Среднесписочная численность работников уменьшилась на 3%.

Решение оформить в таблице, сделать вывод

Методические указания. Изменение производительности труда определяется как отношение объема выпускаемой продукции к среднесписочной численности работников.

Таблица 4 – Расчет изменения производительности труда

№ п/п	Показатели	Значение
1	Изменение объема выпускаемой продукции, %	
2	Изменение среднесписочной численности работников, %	
3	Изменение производительности труда, %	

Задача 8). Цель: Определить изменение производительности труда в плановом периоде.

Исходные данные: В отчетном году фактический выпуск продукции составил 25 млн. руб. Среднесписочная численность работников 4500 чел. В плановом году ожидается уменьшение выпуска продукции до 20 млн. руб. Среднесписочная численность работников предприятия сократится на 5%.

Решение оформить в таблице, сделать вывод.

Таблица 5 – Расчет изменения производительности труда

№ п/п	Показатели	Отчетный год	Плановый год
1	Годовой выпуск продукции, руб.		
	Изменение численности работников (сокращение), %		
2	Среднесписочная численность персонала предприятия, чел.		
3	Производительность труда, руб.		
4	Изменение производительности труда, руб.		
5.	Изменение производительности труда, %		

Задача 9). Цель: Определить, сколько высвободится рабочих в плановом году при следующих исходных данных:

Среднесписочная численность работников цеха в отчетном году 20 чел. Производительность труда составляет 12000 руб. В плановом году предполагается увеличить выпуск продукции на 2% и производительность труда на 8%.

Решение оформить в таблице, сделать вывод.

Таблица 6– Расчет высвобождения рабочих

№ п/п	Показатели	Отчетный год	Плановый год
1	Выпуск продукции, тыс. руб.		
2	Среднесписочная численность работников цеха, чел.		
3	Изменение численности рабочих, чел.		
4	Производительность труда, тыс. руб.		
5	Увеличение выпуска продукции, %		
6	Увеличение производительности труда, %		

Задача 10). Цель: Определить изменение фактической производительности труда по сравнению с плановой производительностью труда.

Исходные данные: Фактический выпуск продукции отчетного года 10 млн. руб. В плановом году выпуск продукции останется прежним. Среднесписочная численность работников цеха составляла 2100 чел. В плановом году предполагается увеличить среднесписочную численность работников до 2500 человек.

Решение оформить в таблице, сделать вывод.

Таблица 14 – Расчет изменения производительности труда

№пп	Показатели	Факт	План
1	Годовой выпуск продукции, руб.		
2	Среднесписочная численность персонала предприятия, чел.		
3	Производительность труда, руб.		
4	Изменение производительности труда, руб.		
5	Изменение производительности труда, %		

Лабораторно-практическое занятие 6.

ТЕМА: Расчет расходов организации, определение себестоимости продукции.

Цель: Знать понятие себестоимости продукции, работ, услуг, издержек производства и обращения, расходов, затрат на производство. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции. Виды себестоимости продукции. Структура себестоимости и классификация расходов предприятия. Рассчитывать сметы затрат на производство и реализацию продукции, работ, услуг. Понимать необходимость и значение постоянных и переменных затрат.

Для выполнения работы необходимо **знать:**

– издержки и себестоимость;

– методы расчёта себестоимости.

Для выполнения работы необходимо **уметь:**

- находить и использовать необходимую экономическую информацию;
- рассчитывать по определённой методологии себестоимость

Выполнение данной практической работы способствует формированию общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

I. Выполните упражнения

1. Соотнесите категорию и состав классификации затрат:

1. по виду производства	А. статьи калькуляции и элементы затрат
2. по виду расходов	Б. участок, цех, производство
3. по виду продукции	В. основное и вспомогательное;
4. по месту возникновения затрат	Г. отдельное изделие, группа однородных изделий, заказ, передел, работы, услуги;

II. Решить задачи

1). В нашем распоряжении имеются следующие данные по предприятию:

Стоимость здания 1,32 млн. руб., срок службы здания 50 лет

Стоимость оборудования 1,2 млн. руб., срок службы оборудования 10 лет .

Расход сырья и материалов в течение месяца 125 тыс. р.

Расход электроэнергии в течение месяца 182,8 тыс. р.

Заработная плата, выплачиваемая персоналу, в месяц 100 тыс. р.

Аренда помещения в течение года 240 тыс. р.

Проценты по полученным ссудам за 1 год 480 тыс. р.

Определите величину затрат на производство одного станка, если фабрика выпускает 160 станков в месяц.

2) Цель: Определить экономию на условно-постоянных расходах ($\mathcal{E}_{\text{уп}}$) в результате увеличения объёма производства.

Исходные данные: себестоимость товарной продукции в базисном году $C_{\text{баз}} = 250$ тыс.руб.; удельный вес условно-постоянных расходов $\alpha_{\text{уп}} = 8\%$; темпы прироста объёма товарной продукции в планируемом году по сравнению с базисным $tp \text{ ТП} = 15\%$; темпы прироста условно-постоянных расходов в связи с ростом объёма производства $tp \mathcal{Z}_{\text{уп}} = 1,2\%$.

Методические указания.

Экономия по отдельным факторам рассчитывается комплексно по всем элементам затрат с учётом запланированного внедрения организационно-технических мероприятий.

Расчётная величина снижения себестоимости в результате изменения объёма и структуры производимой продукции, может быть определена как разница между условно-постоянными расходами в базисном и планируемых годах:

$\mathcal{E}_{\text{уп}} = \mathcal{Z}_{\text{уб}} - \mathcal{Z}_{\text{уп}}$, где $\mathcal{Z}_{\text{уб}}$, $\mathcal{Z}_{\text{уп}}$ – условно-постоянные расходы в базисном и плановом году.

В свою очередь:

$\mathcal{Z}_{\text{уб}} = C_{\text{б}} * \alpha_{\text{б}}(1 + tp \text{ ТП})$, где $C_{\text{б}}$ – себестоимость товарной продукции в базисном году; $\alpha_{\text{б}}$ – доля условно-постоянных расходов в себестоимости товарной продукции в базисном году; $tp \text{ ТП}$ – темпы роста товарной продукции в плановом году;

$\mathcal{Z}_{\text{уп}} = C_{\text{б}} * \alpha_{\text{б}}(1 + tp \mathcal{Z}_{\text{уп}})$, где $tp \mathcal{Z}_{\text{уп}}$ – темпы роста условно-постоянных расходов в плановом периоде.

4) Цель: определить цеховую себестоимость продукции и её структуру.

Исходные данные: стоимость основного материала $Z_m = 800$ тыс.руб.; заработная плата основных производственных рабочих $Z_{зп} = 65$ тыс.руб., амортизационные отчисления $Z_a = 36$ тыс.руб., доля амортизационных затрат в цеховых расходах $\alpha_a = 0,15$, прочие цеховые расходы $Z_{пр} = 5 \%$.

Методические указания:

Цеховая себестоимость – это затраты цеха на изготовление запланированного объёма продукции. По своей структуре цеховая себестоимость включает:

- 1) основные материалы с учётом возврата отходов;
- 2) зарплату основных производственных рабочих с начислениями;
- 3) цеховые расходы с учётом:
 - а) зарплату вспомогательных рабочих, ИТР, служащих с начислениями;
 - б) стоимость всех видов энергии;;
 - в) амортизацию;
 - г) ремонт основных производственных фондов;
- 4) прочие цеховые расходы.

Цеховые расходы могут быть определены по формуле:

$$Z_{\text{цех}} = \frac{Z_{\text{ам}}}{\alpha_a}.$$

Прочие цеховые расходы: $Z_{\text{пр}} = Z_{\text{цех}} * 0,05$.

$$C_{\text{цех}} = Z_m + Z_{\text{зп}} + Z_{\text{цех}} + Z_{\text{пр}}$$

5) Сумма расходов на содержание и эксплуатацию оборудования за месяц составляет 3560 рублей. Фонд заработной платы основных производственных рабочих за месяц 55000 рублей. Заработная плата основных рабочих, включаемая в стоимость одного изделия – 7,8 рублей. Определить, какая сумма расходов на содержание и эксплуатацию оборудования будет включена в себестоимость единицы продукции? Сделать вывод

Методические указания:

1. Определяется процент косвенных расходов, который покажет, в каком отношении находятся эти расходы ($P_{\text{мес,год}}$) к основной заработной плате основных производственных рабочих ($ЗПо_{\text{мес,год}}$):

$$\%P = \frac{P_{\text{мес.год}}}{ЗПо_{\text{мес.,год}}} * 100$$

2. Определяются расходы, приходящиеся на одно изделие:

$$P = \frac{\%P * ЗПо_{\text{мес.,год}}}{100}$$

Лабораторно-практическое занятие 7.

ТЕМА: Расчёт прибыли и рентабельности отдельных видов товаров

Цель: Знать понятие доходов и прибыли предприятия. Уметь рассчитывать и анализировать основные результаты экономической деятельности предприятия. Понимать сущность, виды, механизм формирования и распределения прибыли. Знать основные показатели эффективности деятельности предприятия: рентабельность производства, продукции, капитала и методику их определения и сферы применения.

Для выполнения работы необходимо **знать:**

- понятие прибыли и рентабельности;
- методы расчёта прибыли и рентабельности.

Для выполнения работы необходимо **уметь:**

- находить и использовать необходимую экономическую информацию;
- рассчитывать по определённой методологии прибыль и рентабельность.

Выполнение данной практической работы способствует формированию общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

Решить задачи.

1). Цель: Определить плановую прибыль от реализации товарной продукции по рыночным ценам.

Исходные данные: На начало года остатки нереализованной продукции А – $ТП_{оА} = 1000$ ед.; продукции Б – $ТП_{оБ} = 800$ ед.; план выпуска товарной продукции: $ТП_A = 8000$ ед.; $ТП_B = 6000$ ед. Остатки нереализованной продукции на конец года планируется: $ТП_{нА} = 200$ ед.; $ТП_{нБ} = 100$ ед.; полная себестоимость единицы продукции по плану: $C_A = 0,7$ тыс.руб.; $C_B = 0,52$ тыс.руб.; рыночная цена $Ц_A = 0,8$ тыс.руб.; $Ц_B = 0,6$ тыс.руб.

Методические указания.

Прибыль от реализации товарной продукции определяется как разница между стоимостью реализованной продукции (выручка ВР) и её себестоимостью: $ПР_{реал} =$

$$\sum_{i=1}^m (Ц_i - C_i) * Q_i,$$

где $Ц_i$, C_i – рыночная цена и себестоимость единицы i -й продукции; Q_i – годовой объём реализации товарной продукции, шт.

($Q_i = ТП_{нi} + ТП_i - ТП_{ки}$, где $ТП_{нi}$, $ТП_{ки}$ – остатки товарной продукции на начало и конец года; $ТП_i$ – годовой выпуск i – продукции); m – количество наименований реализуемой продукции.

2). Цель: Определить валовую прибыль.

Исходные данные: годовой объём реализованной продукции изделия А –

$Q_A = 2000$ шт.; изделия Б – $Q_B = 3000$ шт.; цена единицы продукции: $Ц_A = 0,75$ тыс.руб.; $Ц_B = 0,6$ тыс. руб.; ликвидационная стоимость основных производственных фондов: $Ц_{л1} = 120$ тыс.руб.; $Ц_{л2} = 150$ тыс.руб.; остаточная стоимость ликвидируемых объектов: $Ц_{о1} = 70$ тыс.руб.; $Ц_{о2} = 180$ тыс.руб.; себестоимость единицы продукции: $C_A = 0,6$ тыс.руб.; $C_B = 0,55$ тыс.руб.

Методические указания.

Валовая прибыль определяется как сумма прибыли от реализации продукции до уплаты налогов и выручка от реализации излишних основных производственных фондов и сверхнормативных запасов оборотных средств:

$$ПР_{вал} = \sum_{i=1}^m (Ц_i - C_i) * Q_i \pm \sum_i^b Ц_{фи},$$

где $Ц_i$, C_i – рыночная цена и себестоимость единицы i –й продукции;

Q_i – плановый годовой объём реализации i – й продукции, шт.;

$Ц_{фи}$ – годовой объём реализации i – х излишних основных производственных фондов, определяемый как разница между ликвидационной ($Ц_{л}$) и остаточной стоимостью ликвидируемых объектов ($Ц_{о}$), т.е. $Ц_{фи} = Ц_{л} - Ц_{о}$; m – количество наименований реализуемой продукции; b – количество ликвидируемых объектов.

3). Цель: Определить уровень валовой рентабельности.

Исходные данные: Выручка от реализации товарной продукции $РП = 250$ тыс.руб.; себестоимость реализации $C_{реал} = 200$ тыс.руб.; остаточная стоимость реализуемого имущества $Ц_о = 15$ тыс.руб.; ликвидационная стоимость имущества $Ц_{л} = 10$ тыс.руб.; пенни и штрафы, уплаченные в бюджет, составляют 5 тыс.руб.; среднегодовая стоимость основных производственных фондов $ОПФ_{ср.г.} = 200$ тыс.руб., оборотных средств $ОС_{ср.г.} = 50$ тыс.руб.

Методические указания.

Валовая рентабельность определяется как отношение валовой прибыли ($ПР_{вал}$) к среднегодовой стоимости производственных фондов и оборотных средств (ПФ), т.е. $ПФ =$

ОПФ_{ср.г.} + ОС_{ср.г.}. В свою очередь валовая прибыль включает балансовую прибыль, а также пенни и штрафы, полученные или уплаченные в бюджет. Если ликвидационная стоимость имущества превышает остаточную, то разница относится к прибыли, а если меньше остаточной, то возникает убыток и прибыль уменьшается на сумму убытка. В результате в числителе показателя валовой рентабельности отражается $ПР_{вал} = ПР_{бал} \pm П(У)_{пш}$, а в знаменателе – среднегодовая стоимость производственных фондов.

4). Цель: Определить чистую рентабельность.

Исходные данные: Балансовая прибыль $ПР_{бал} = 200$ тыс.руб.; доходы от пенни и штрафов $Д_{пш} = 30$ тыс.руб.; среднегодовая стоимость основных производственных фондов ОПФ_{ср.г.} = 650 тыс.руб., оборотных средств

ОС_{ср.г.} = 270 тыс.руб. Усреднённая налоговая ставка $H = 0,2$.

Методические указания.

Чистая рентабельность – это отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости производственных фондов: $R_{чис} = \frac{ПР_{чис}}{ПФ}$. В свою очередь чистая прибыль есть валовая прибыль, уменьшенная на сумму выплат в бюджет в соответствии с налоговым законодательством:

$ПР_{чис} = ПР_{вал} * (1 - H)$, где H – усреднённая налоговая ставка; $ПР_{вал}$ – сумма балансовой прибыли и дохода или убытка от пенни и штрафов $Д(У)$: $ПР_{вал} = ПР_{бал} \pm Д(У)_{пш}$.

Лабораторно-практическое занятие 8.

ТЕМА: Рассмотрение эволюций концепций менеджмента.

Цель: Углубление, систематизация, закрепление представлений об основных понятиях менеджмента, истории развития управленческой мысли, знаний об опыте в области зарубежного, отечественного менеджмента, особенностях менеджмента в области профессиональной деятельности.

Для выполнения работы необходимо **знать:**

- история развития менеджмента;
- основные понятия менеджмента;
- методы работы зарубежного и отечественного менеджмента.

Для выполнения работы необходимо **уметь:**

- находить и использовать необходимую экономическую информацию;

Выполнение данной практической работы способствует формированию общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

Задание № 1.

Сформулируйте два, три вопроса, которые бы помогли более полно раскрыть тему: «Сущность и основные понятия менеджмента».

Обсудите составленные вами вопросы в группе, три, наиболее удачные, лучшие представьте всеобщему вниманию.

Тема: Сущность и основные понятия менеджмента	

Задание №2

Перед вами четыре определения понятия «УПРАВЛЕНИЕ»:

Управление – процесс воздействия субъекта на объект, направленный на упорядочение, сохранение, разрушение или изменение системы объекта в соответствии с поставленной целью.

Управление – умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей.

Управление – это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь целей организации.

Управление – процесс, направленный на достижение целей организации посредством упорядочения исходных ресурсов (денег, материала, труда, информации и т.д.) в требуемые результаты.

1. Внимательно изучите представленные варианты. Выделите в них два главных момента определяющих, составляющих ключевое понятие менеджмента;

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

3. Подчеркните то определение, которое на ваш взгляд более точно отражает суть феномена управления;

5. Поясните, аргументируйте свой выбор.

Задание № 3

Поясните понятия:

Техническая система управления	_____ _____ _____ _____
Биологическая система управления	_____ _____ _____

Социально -
экономическая
система
управления

В какой из указанных систем реализуется профессионально осуществляемое управление любой хозяйственной деятельностью предприятия (организации) в рыночных условиях, направленное на эффективную деятельность путем рационального использования ресурсов - МЕНЕДЖМЕНТ?

Задание № 4

Продолжите предложения:

1. Практика выполнения работы по управлению и руководству людьми рассматривает «менеджмент» как _____.
2. Совокупность различных видов деятельности (планирование, мотивация, организация, контроль) рассматривает «менеджмент» как _____.
3. Менеджмент как _____ четко определяет свой предмет изучения, свои закономерности, принципы, методы и широкий круг своих специфических проблем.
4. Менеджмент нередко идентифицируется с менеджерским звеном или _____.

Задание № 5

1. Рассмотрите представленную схему аппарата управления структурным подразделением «БУХГАЛТЕРИЯ»;



2. Сформулируйте цель деятельности бухгалтерии:

3. Укажите кадровый состав представленного на схеме структурного подразделения:

4. Определите границы высшего, среднего и низового менеджмента в рамках вертикального разделения труда (на схеме).

5. Разъясните основные управленческие функции каждого уровня управления.

История и основные направления развития менеджмента

Задание № 1

Верно ли утверждение о том, что менеджмент - это наука, имеющая огромное прошлое и короткую историю.

Если ДА, то почему?

Задание № 2

Выполните задания в тестовой форме.

Инструкция: Выберите один правильный ответ. Один правильный ответ соответствует 1 баллу.

В самостоятельную область знаний менеджмент выделился:

1. в V тысячелетии до н.э.;
2. на рубеже XIX – XX веков;
3. в XVII веке;
4. в XVIII веке.

Подход к управлению с учетом конкретно складывающейся ситуации:

5. системный;
6. ситуационный;
7. процессный;
8. функциональный.

Основателем административной школы управления является:

9. А. Файоль;
10. Ф. Тейлор;
11. М. Фоллетт;
12. П. Друкер.

Место для всего и все на своем месте предопределяет принцип:

13. порядка;
14. справедливости;
15. скалярной цепи;

16. вознаграждения.

Универсальные принципы управления организацией сформулировал:

17. Ф. Тейлор;

18. А. Файоль;

19. А. Маслоу;

20. П. Друкер.

Система управления направленная на «выжимание из человека всех его сил и возможностей»:

21. «файолизм»;

22. «тейлоризм»;

23. «масленизм»;

24. «друкеризм».

Возникновение практики управления связано с появлением:

25. письменности;

26. разделения деятельности;

27. общения;

28. порядка.

Для каких научных школ и подходов характерны
следующие утверждения:

Содержание утверждения	Подход
Основа эффективной работы предприятия – научная организация труда	
Организация не может эффективно существовать без учета факторов внешней среды	
Основа эффективной работы организации учет сложившейся ситуации	
Мотивация поведения людей в организации – главный фактор ее эффективной работы	

Особенности и характерные черты современного менеджмента

Задание № 1

Заполните сравнительную таблицу моделей менеджмента

Основные характеристики	Японская модель менеджмента	Американская модель менеджмента
Доминирующие качества делового человека		

Критерии к продвижению по службе		
Профессиональная компетентность		
Процесс принятия решений		
Отношение работников к фирме и работе		
Характер проведения инноваций		
Форма деловых отношений		

Лабораторно-практическое занятие 9.

ТЕМА: Планирование деятельности организации: анализ внешней и внутренней среды. Анализ сильных и слабых сторон.

Цель: закрепить знания о стратегическом и тактическом планировании, об анализе внешней среды организации.

Для выполнения работы необходимо знать:

- стратегическое и тактическое планирование;
- организация процесса планирования;
- методы анализа внешней среды.

Для выполнения работы необходимо уметь:

- находить и использовать необходимую экономическую информацию;
- определять цели и задачи организации;
- управлять реализацией стратегией и оценивать её;
- строить SWOT – анализ.

Выполнение данной практической работы способствует формированию общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

Выполните анализ результатов деятельности _____, используя метод
(название)

SWOT. Соотнесите характеристики результатов деятельности организации приведенные в индивидуальном задании, с соответствующими параметрами SWOT – анализа. Заполните указанные разделы таблицы.

Таблица 12 – **SWOT -анализ результатов деятельности организации**

Сильные стороны (STRENGTHS)	Недостатки (WEAKNESSES)
Возможности (OPPORTUNITIES)	Угрозы (THREATS)

Перечень характеристик, управленческих решений для проведения SWOT-анализа

1. Хорошие возможности для вертикальной интеграции.
2. Резкий рост спроса на рынке.
3. Ослабление позиций фирм-конкурентов.
4. Появление новых технологий.
5. Снижение торговых барьеров на привлекательных рынках.
6. Позитивное отношение рынка к новой продукции или новым видам уже выпущенной продукции.
7. Наличие на рынке потенциальных дополнительных групп клиентов, новых рынков или сегментов рынка.
8. Адекватные финансовые ресурсы.
9. Низкие издержки.
10. Большой опыт.
11. Лучшие рекламные кампании продукции компании.
12. Успешный опыт по разработке новых товаров.
13. Признанный лидер рынка.
14. Эффективный менеджмент.
15. Собственная технология.
16. Умение избежать (хотя бы в некоторой мере) сильного давления со стороны конкурентов.
17. Позитивный имидж, сложившийся о компании у покупателей
18. Хорошие технологические навыки персонала компании.
19. Проблемы с поставками сырья и материалов.
20. Недостаток денег на финансирование необходимых изменений в стратегии.
21. Недостаток управленческого таланта и умения у менеджеров компании.
22. Отсутствует четкое стратегическое направление развития компании.
23. Неудовлетворительная организация маркетинговой деятельности.
24. Низкая прибыльность.
25. Отставание в области исследований и разработок.
26. Отсутствие у персонала компании определенных способностей и навыков в ключевых областях деятельности.

27. Плохая сбытовая сеть.
28. Слишком узкий ассортимент продукции.
29. Выход на рынок иностранных конкурентов.
30. Изменение потребностей и вкусов покупателей.
31. Медленный рост рынка.
32. Неблагоприятные демографические изменения.
33. Увеличение требовательности покупателей и поставщиков.
34. Рост налогов.
35. Рост продаж товаров-заменителей.

Лабораторно-практическое занятие 10.

ТЕМА: Процесс принятия управленческого решения.

Цель: формулировать этапы процесса принятия управленческого решения, факторы, влияющие на эффективность решения, методы принятия управленческих решений; сформировать умения принимать решения по алгоритму.

Для выполнения работы необходимо **знать:**

- понятие «управленческое решение»;
- этапы управленческого решения;
- классификация управленческих решений.

Для выполнения работы необходимо **уметь:**

- находить и использовать необходимую экономическую информацию;

Выполнение данной практической работы способствует формированию общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

Задание 1. Информация для принятия решения:

Вы потерпели кораблекрушение в южной части Тихого океана. Основная ваша задача – продержаться до прибытия спасателей. Для этого у вас имеются: надувной плот, тысяча рублей и коробок спичек. Кроме этого, вы должны взять с собой все ниже перечисленные предметы, проранжировав их в порядке очередности (с 1 по 15). На первом этапе работа выполняется строго индивидуально, на втором – решение принимается группой, на третьем – вам дается экспертная оценка.

Предметы	Индивид. выбор	Групповой выбор	Экспертный выбор
Секстант			
20 метров прозрачного пластика			
Репелент, отпугивающий акул			
Бутылка водки			
Приемник			
Карта Тихого океана			
Противомоскитная сетка			
Зеркало для бритья			
Две коробки шоколада			
Канистра с нефтегазовой смесью			
Коробка с проднабором			
Рыболовная снасть			
Надувная подушка			
15 метров нейлонового каната			
Канистра с водой			

Выполнив задание, вы должны ответить на следующие вопросы:

1. Укажите этапы процесса принятия решения.
2. Укажите факторы, влияющие на эффективность решения.
3. Укажите методы принятия решения, которые были использованы в данной ситуации.

После выполнения задания менеджеры малых групп докладывают о результатах работы.

Задание 2. Распределите управленческие решения по четырем категориям: процесс планирования; процесс организации и координации деятельности; процесс мотивации; процесс контроля. Заполните таблицу.

Таблица – **Управленческие решения структурного подразделения**

Процесс организации	Управленческие решения
Процесс планирования	
Процесс организации и координации деятельности	
Процесс мотивации	
Процесс контроля	

Перечень управленческих решений:

1. О миссии и целях организации;
2. О выявлении степени удовлетворенности сотрудников условиями труда, оплатой труда;
3. Об организационной структуре;
4. О разработке критериев оценки результатов работы;
5. О введении процедур контроля;
6. О планах деятельности организации и подразделений;
7. О поощрении или наказании сотрудников;
8. О реакции на различные состояния внешней среды;
9. О координации деятельности подразделений;
10. О стратегии и тактике достижения целей организации
11. О реорганизации подразделений;
12. О мерах повышения производительности труда;
13. Об определении периодичности контроля.

Лабораторно-практическое занятие 11.

ТЕМА: Определение мотивации сотрудников.

Цель: закрепить теоретические знания о мотивации и стимулировании труда, сформировать умения проектировать систему стимулирования максимально адекватную существующим потребностям работников.

Для выполнения работы необходимо **знать:**

- сущность и критерии мотивации»;
- индивидуальная и групповая мотивация;
- правила работы с группой.

Для выполнения работы необходимо **уметь:**

- находить и использовать необходимую экономическую информацию;

Выполнение данной практической работы способствует формированию общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

Задание 1.

Предложите методы стимулирования, направленные на удовлетворение следующих потребностей:

Потребности	Методы стимулирования
1. Физиологические потребности	1. 2. 3.
2. Потребности в безопасности и уверенности в будущем	1. 2. 3.
3. Социальные потребности	1. 2. 3.
4. Потребности в уважении и самоуважении	1. 2. 3.
5. Потребности в самореализации	1. 2. 3.

Задание 2.

Разработайте проект системы стимулирования для одной категории сотрудников (по выбранному вами ранее предприятию). Результаты оформите в таблице:

Вид стимулирования	Форма стимулирования
1. Экономическое	1. 2. 3. 4. 5.
2. Неэкономическое	1. 2. 3. 4. 5.

Задание 3.

Разработайте проект Положения о моральном стимулировании сотрудников выбранного Вами ранее предприятия. Для разработки проекта воспользуйтесь рекомендациями по разработке Положения

Лабораторно-практическое занятие 11.

ТЕМА: Маркетинговые исследования.

Цель: закрепить теоретические знания о маркетинге, проектировать маркетинговые исследования.

Для выполнения работы необходимо **знать:**

- принципы и цели маркетинга;
- функции маркетинга и этапы его организации.

Для выполнения работы необходимо **уметь:**

– находить и использовать необходимую экономическую информацию;

Выполнение данной практической работы способствует формированию общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

Краткие теоретические сведения

Цель маркетинговых исследований заключается в том, чтобы определить информационные потребности и предоставить информацию о потребителях, каналах распределения, конкурентах, состоянии рынка и др., необходимую руководителям для повышения эффективности принимаемых маркетинговых решений.

Информация, полученная в результате маркетинговых исследований, становится неотъемлемой частью Маркетинговой информационной системы (МИС) и Системы поддержки принятия решений (СППР) (происходит пополнение за счет получаемой информации базы данных маркетинговыми моделями и аналитическими методами, а также специализированными программами).

Маркетинговые исследования могут проводиться либо собственными силами самой компании, либо внешними исполнителями.

Компании универсального профиля предоставляют полный диапазон услуг в сфере маркетинговых исследований: от установления проблемы до подготовки и презентации отчета. Их услуги подразделяются на синдицированные, стандартизированные, заказные и выполняемые с помощью сети Интернет.

Компании с ограниченным набором услуг специализируются на выполнении одного или нескольких этапов маркетинговых исследований. Услуги, предлагаемые такими компаниями, классифицируются как полевые работы, кодирование и ввод данных, анализ данных, аналитические услуги и фирменные услуги.

Процесс маркетинговых исследований состоит из шести последовательно связанных этапов. Международные маркетинговые исследования намного сложнее внутригосударственных, поскольку необходимо принимать во внимание факторы среды, характерные для международных рынков.

При проведении маркетинговых исследований должен соблюдаться приоритет этики. Маркетинг чрезвычайно прозрачен для общественности, и его могут воспринимать как несоответствующий нормам нравственности. Это общее отрицательное мнение может стать причиной провала маркетингового исследования, в основе которого лежит принцип добровольности участия в нем.

При изучении маркетинговых проблем важно принять во внимание права и обязанности четырех заинтересованных сторон: общественности, респондентов, клиента и исследователя-маркетолога.

Общие этические проблемы можно определить, изучив, каким образом каждый из участников может пострадать из-за чрезмерного преимущества, полученного тремя другими заинтересованными сторонами. Общественность может пострадать из-за неполного или вводящего в заблуждение отчета. Опросы недопустимо использовать как прикрытия для продажи товаров, кроме того, исследователи должны уважать частную жизнь респондентов. Исследователи несут нравственную ответственность перед клиентами и не имеют права злоупотреблять своим служебным положением, они не должны проводить ненужного исследования или браться за проекты, которые не смогут квалифицированно выполнить. Исследователи также обязаны сохранять конфиденциальность, доносить всю релевантную информацию, а также точно анализировать и интерпретировать данные.

Исследователи заслуживают уважительного отношения со стороны клиентов и респондентов. Клиенты не должны настаивать на проведении исследования, не имея при этом серьезных намерений. Они без согласия исследователя не имеют права использовать методы, разработанные им и являющиеся его собственностью, а также предвзято трактовать результаты исследования и доводить их до сведения общественности.

Респонденты должны серьезно относиться к интервью и честно отвечать на вопросы. Разработано несколько этических кодексов проведения маркетингового исследования и ряд списков контрольных вопросов для установления того, насколько нравственно приемлемым является то или иное решение.

Для оценки этических проблем используют пять подходов: телеология (эгоизм и утилитаризм), деонтология, гибридный подход и объективизм. Затем оценивают этические последствия принимаемых решений в контексте одного (или нескольких) из шести этапов процесса маркетингового исследования.

Задания

1. Восстановите этапы движения информации в МИС, используя предложенные элементы:

- система маркетинговых исследований; –систематизация информации по уровням управления, объектам и характеру решаемых задач;
- система внешней информации;
- анализ результатов исследования;
- внутренняя и внешняя маркетинговая среда фирмы;
- коммуникации с целью сбора маркетинговой информации;
- систематизация входящих информационных потоков;
- анализ, планирование, организация и контроль маркетинговых исследований;
- система обработки и анализа информации;
- управление процессом маркетингового исследования;
- коммуникационная система пользователей;
- система внутренней информации.

Какие из предложенных элементов являются лишними?

2. Восстановите последовательность процедуры постановки задач маркетингового исследования, которая включает в себя несколько этапов:

- определение целей исследования (для получения какого рода информации проводится исследование);
- формирование рабочей гипотезы;
- выбор метода исследования;
- определение проблемы, для решения которой требуется информация;
- определение объекта (носителя или источника проблемы) и предмета исследования (части объекта или его проблемных свойств);
- выбор системы обработки и анализа информации;
- определение задач исследования;
- структуры информации, необходимой для решения проблемы, и требования к ней;
- измерение показателей; –оформление отчета.

Какие этапы являются лишними?

3. Систему МИС или СППР следует выбрать в следующих ситуациях:

- составление отчета прибылей и убытков для компании Sobol, выпускающей прохладительные напитки;
- расширение ассортимента мясных продуктов, выпускаемых фирмой «Торговая площадь»;
- составление графиков сезонного ценообразования для зимнего ассортимента обуви, выпускаемой фирмой «Вестфалика». Обоснуйте ваш выбор.

4. Назовите вид маркетингового исследования, который был бы полезен для каждой из следующих организаций:

- книжный магазин, находящийся рядом с университетским городком;
- управление общественного транспорта г. Самара;
- центральный универмаг в одном из районов г. Самара;
- ресторан или кафе, расположенные вблизи вашего университетского городка;
- зоопарк в большом городе.

5. Для каждой из приведенных ситуаций укажите общий тип модели СППР (операционная, тактическая или стратегическая), которую использует специалист, принимающий решения. Аргументируйте ваш выбор:

- фирма «Модус» работает с региональными представителями. Ее самый крупный клиент – компания «Арго» – сообщила, что собирается организовать большую распродажу товара, приуроченную к своему 20 - летию, поэтому в течение нескольких последующих месяцев необходимо увеличить контакт с торговым персоналом. Управляющий сбытом по регионам должен принять решение о том, как реорганизовать график работы, чтобы увеличить контакты с представителями компании «Арго»;
- компания «Марс» выпускает фасованные потребительские товары. Спрос на одну серию товара неуклонно снижается на протяжении последних пяти лет. Руководитель отдела маркетинга должен решить, стоит ли (есть ли шанс) спасти данную серию товара или ее надо снимать с производства.

Лабораторно-практическое занятие 13.

ТЕМА: Разработка рекламной кампании управляющей организации.

Цель: закрепить теоретические знания о маркетинге, сформировать умения проектировать рекламную кампанию.

Для выполнения работы необходимо **знать:**

- принципы и цели рекламы;
- основы рекламной компании.

Для выполнения работы необходимо **уметь:**

- находить и использовать необходимую экономическую информацию;

Выполнение данной практической работы способствует формированию общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

Методические указания:

Коммуникационная политика – это система, обеспечивающая передачу информации о товаре или самой компании ее действующим и потенциальным потребителям с целью продвижения товара на рынок или создания положительного имиджа компании и ее товаров.

Реклама – любая платная форма неличного представления и продвижения товаров от имени известного спонсора с указанием источника финансирования.

Виды рекламы: информативная, увещательная, напоминающая.

Рекламная кампания – это совокупность различного рода мероприятий по предоставлению какой-либо информации обществу, которая должна положительно сказаться на деятельности организации как в краткосрочной так и в долгосрочной перспективе.

Оценка **эффективности рекламы** состоит в сопоставлении данных, характеризующих затраты на рекламную кампанию с маркетинговыми результатами: ростом продаж, прибыли, доли рынка, поддержанием благоприятной конъюнктуры и т.д.

Паблик рилейнз (связи с общественностью, PR) – это спектр программ, целью которых является продвижение и (или) защита образа (имиджа, престижа) фирмы или отдельных изделий.

Паблсити (пропаганда) является одним из видов связей с общественностью и определяется как неличное и не оплачиваемое спонсором стимулирование спроса на товар,

услугу или деятельность посредством помещения коммерчески важных сведений в печатных средствах информации или благожелательного представления по радио, телевидению или со сцены.

Задание 1. Подготовка информации для проведения рекламной кампании.

Фирма – изготовитель автомобилей (велосипедов, пылесосов, швейных машинок, бытовых холодильников) обратилась в рекламное агентство с заказом на проведение рекламной кампании в Смоленске.

С целью получения информации, необходимой для организации эффективной рекламной кампании, рекламное агентство проводит опрос руководящих работников фирмы с помощью опросного листа.

Опросный лист

1. **Официальные реквизиты:** полное наименование и адрес фирмы, производящей товар; контактные средства связи.

2. **Основные цели** предстоящей рекламной кампании:

- коммерческая реклама для прямого увеличения продаж рекламируемой продукции;
- кампания «паблик рилейшнз» для поднятия престижа продукции и (или) фирмы-производителя;

– иная цель.

3. **Полное наименование** рекламируемой продукции.

4. **Область применения** продукции: оптимальное применение продукции; уникальное применение; потенциальное применение.

5. **Основные функциональные свойства** рекламируемой продукции.

6. **Основные технико-экономические свойства** рекламируемой продукции:

- физический принцип действия;
- производительность; мощность, скорость и другие технические параметры;
- масса, габариты, форма;
- особенности эксплуатации;
- энергоемкость, экономичность в эксплуатации, срок окупаемости;
- надежность, срок службы;
- экологические особенности технологии;
- безопасность производства и эксплуатации.

7. **Уникальные свойства** рекламируемой продукции.

8. **Аналоги** рекламируемой продукции.

9. **Преимущества** рекламируемой продукции перед отечественными и (или) зарубежными аналогами.

10. **Недостатки** рекламируемой продукции в сравнении с отечественными и (или) зарубежными аналогами.

11. **Экономический (или иной) положительный эффект**, получаемый потребителем от эксплуатации рекламируемой продукции.

12. **Стоимость** продукции (оптовая, розничная), виды скидок и льгот.

13. **Патентная защищенность** рекламируемой продукции:

- авторские свидетельства на изобретения;
- патентование за рубежом;
- свидетельства на промышленный образец;
- защита элементов фирменного стиля.

14. **Возможность открытого опубликования** полученной информации в рекламных обращениях.

15. **Иллюстрационные материалы** по рекламируемой продукции.

16. **Результаты маркетинговых исследований** фирмы-производителя.

17. **Перечень «престижных» потребителей.** Их отзывы о рекламируемой продукции.

18. **Реальный и максимальный объемы продаж** рекламируемой продукции.

19. **Перечень потенциальных потребителей** рекламируемой продукции.
20. Имеющиеся **элементы фирменного стиля** фирмы-производителя рекламируемой продукции.
21. Если элементы фирменного стиля отсутствуют, то нуждается ли фирма-заказчик в их **разработке** (в рамках подготовки рекламных кампаний).
22. Предполагаемый рекламный **бюджет**.
23. **Желательные сроки** проведения рекламной кампании.

Вопросы и задания:

Группа студентов делится на две команды. Каждая команда разрабатывает информацию для рекламного агентства. Затем одна из команд представляет свою информацию другой команде, которая в этот момент выполняет роль рекламного агентства, и наоборот.

Каждая команда должна:

1. Выбрать товар и рынок (из предложенных выше).
2. Выбрать из опросного листа те позиции, которые по ее мнению соответствуют выбранной задаче, и представить информацию агентству.
3. Используя предложенную информацию, разработать рекламное сообщение в СМИ.
4. Дать оценку работы агентства и степени полноты информации, которую ему представил рекламодатель.

Задание 2. Рекламное агентство получило заказ на создание рекламных роликов для рекламирования лыж, творога и крупной авиакомпанияи.

Представьте себе, что творческая группа по телерекламе – это Вы. Попробуйте описать содержание ролика для каждого из объектов рекламирования, используя предлагаемую схему Хантли-Болдуина.

Схема Хантли-Болдуина

А. Коммерческая идея (что демонстрировать).

- Замысел нового товара.
- Новая модель товара.
- Новая особенность товара.
- Новая форма, размер, упаковка.
- Компоненты.
- Процесс производства.
- Фирма (образ).
- Область применения.
- Место производства товара.
- Универсальность.
- Удобство.
- Качество.
- Экономичность.
- Проблема, «породившая товар».
- Результаты неиспользования.
- Результаты использования:
 - а) осязаемые;
 - б) неосязаемые.
- Образ жизни пользователей.
- Преданность (приверженность) пользователей.
- Удовлетворение пользователей.
- Количество пользователей.

Б. Основная тональность, или подход.

- Прямой.
- С легким юмором.
- С сильным преувеличением.

В. Приемы демонстрации.

- «Одинокий товар» – все внимание на товар, без фона или окружения.

- Ведущий показ «одинокого товара» сопровождается закадровым голосом, объясняющим происходящее на экране.
- Ситуации «до» и «после».
- Испытания в экстремальных условиях.
- «Зарисовка с натуры» – инсценированная ситуация, в которой товар избавляет людей от какой-то существующей в реальной жизни проблемы.
- Свидетельство в пользу товара – интервью, которое «ведущий» берет у довольного пользователя, или свидетельство известной личности.
- Документальный показ – драматизация проблемы или подтверждение каких-либо эксплуатационных характеристик.
- Символизм.
- Фантастика.
- Аналогия – «чистит как шквал при безоблачном небе».

Г. Техника съемки.

- Натурный фильм.
- Мультипликация.
- Трюковый фильм.
- Комбинированный фильм.

Вопросы и задания

Разработайте и обсудите критерии оценки сценария телевизионного рекламного ролика. Затем группу обучаемых (студентов) рекомендуется разделить на две команды, каждая из которых составит свой вариант сценария. После завершения работы команды дают взаимную оценку созданных сценариев по разработанным позициям.

Критерии оценки сценария рекламного ролика:

- информативность (содержательность);
- креативность идеи;
- звучание ролика;
- убедительность;
- соответствие ролика предназначению продукта.

Задание 3. По предложенным данным определите эффективность рекламы (т.е. отдачу от 1 руб., вложенного в рекламу) при условии, что прирост прибыли компании составил 825 млн.руб.

Расходы на рекламу складываются из следующих составляющих:

1. Рекламное объявление в прессе: тариф на 1 см² газетной площади – 250 тыс. руб.; объявления общей площадью 140 см².
2. Телевизионная реклама: тариф за 1 мин демонстрации по TV – 8 млн. руб.; пять дней показа по 5 мин.
3. Прямая почтовая реклама: разослано 100 тыс. рекламных листовок; изготовление – 100 руб. /шт.; рассылка – 5 тыс. руб. /шт.

Список рекомендуемой литературы

Основные источники:

1. Гражданский кодекс РФ.
2. Налоговый кодекс РФ, 2 ч.
3. Е.Л. Драчёва, Л.И. Юликов. Менеджмент: Учебное пособие для студ. Учреждений средн. Проф. Образования. –М: Мастерство, 2022.
4. М.А. Чернышёв, С. Г. Тяглов. Основы менеджмента. Учебное пособие. –М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»; Ростов н/Д: Академцентр, 2008 г.
3. Г.Б. Казначеевская Менеджмент Серия: Среднее профессиональное образование – М.: Феникс, 2022
4. Экономика организаций (предприятий): учебник/ под ред. Н.А. Сафронова. – М.: Экономист 2024.

Дополнительные источники:

1. А.А. Попова: практикум: учеб. Пособие/ А.А. Попова. – Ростов н/Д: Феникс 2008 г. (среднее профессиональное образование).
2. В.В. Глухов Менеджмент Серия: Учебник для ВУЗА – С-Пб.: Питер, 2009
5. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия: Учебник. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА – М, 2015.
6. Зайцев Н. Л. Экономика организации. М., Ю Экзамен, 2014.

Дополнительные источники:

1. В.В. Жиделева, Ю.Н. Каптейн. Экономика предприятия. Учебное пособие. М., ИНФРА-М, 2014.
2. В.А. Кейлер. Экономика предприятия. М., ИНФРА-М. Новосибирск. НГАЭиУ. Сибирское соглашение. 2014.
3. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия. Практикум: Учеб. пособие. – 4-е изд. – М.: ИНФРА – М, 2015.
4. Купцов М.М. Финансы: Учеб. пособие. 4-е изд. – М.: РИОР, 2008.
5. Михайлушкин. Экономика. Практикум. М., Высшая школа, 2010.
6. Раздорожный А.А. Экономика организации (предприятия): Учеб. пособие. – М.: РИОР, 2014.
7. Складерская Г.Н. Давайте говорить правильно! Новые и наиболее распространённые финансовые термины в современном русском языке: краткий словарь – справочник/ Г.Н. Складерская, Е.Ю. Ваулина. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2015.
8. Складерская Г.Н. Давайте говорить правильно! Новые и наиболее распространённые экономические термины в современном русском языке: краткий словарь – справочник/ Г.Н. Складерская, Е.Ю. Ваулина. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2006.
9. Экономика фирмы: учеб. пособие/ под ред. О.И. Волкова, В.К. Складерко. – М.: ИНФРА – М, 2015.

Интернет ресурсы:

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «Гарант»
3. <http://www.edu.ru> Российское образование Федеральный портал
4. <http://ecsocman.edu.ru> Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»