МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по УР
_____О.А. Улитина
«24» 09 2019г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Базовый уровень подготовки

Очная форма обучения

Уссурийск, 2020

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования программы подготовки специалистов среднего звена (УСО) 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки Р.Ф. от 15 мая 2014 г. № 539

Разработана:

Серышева Г.В., преподаватель филиала ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г.Уссурийске

Рассмотрена на заседании ЦМК экономических, математических, общих естественнонаучных и правовых дисциплин
Протокол № 8 от «16» 04.20 2020 г.
Председатель ЦМК _____ Басалюк Т.Г.

СОДЕРЖАНИЕ

1	Общие сведения	4
2	Результаты освоения профессионального модуля	4
3	Структура и содержание профессионального модуля	8
4	Условия реализации программы модуля	38
5	Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)	42

1 ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее программа ПМ) - является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (базовой подготовки).

Программа составляется для очной формы обучения.

1.2 Требования к результатам освоения модуля.

Базовая часть

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

- иметь практический опыт:

1) оформления финансовых документов и отчетов;

2) проведения денежных расчетов;

3) расчета основных налогов;

4) анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;

5) выявления потребностей (спроса) на товары;

6) реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;

7) участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;

8) анализа маркетинговой среды организации;

- уметь:

1) составлять финансовые документы и отчеты;

2) осуществлять денежные расчеты;

3) пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;

4) рассчитывать основные налоги;

5) анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;

6) применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;

7) выявлять, формировать и удовлетворять потребности;

8) обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;

9) проводить маркетинговые исследования рынка;

10) оценивать конкурентоспособность товаров;

- знать:

1 сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;

2 финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;

3 основные положения налогового законодательства;

4 функции и классификацию налогов;

5 организацию налоговой службы;

6 методику расчета основных видов налогов;

7 методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;

8 составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;

9 средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;

10 методы изучения рынка, анализа окружающей среды;

11 конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;

12 этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.

Вариативная часть

Вариативная часть направлена на углубление подготовки, определяемой содержанием обязательной части, в том числе, учитывая особенности функционирования коммерческих предприятий, расположенных в приграничной территории, и имеющих обширные хозяйственные связи с компаниями на зарубежных рынках Азиатско-тихоокеанского региона, с целью углубленного изучения данного направления введена вариативная часть

В ходе освоения профессионального модуля обучающийся должен:

- иметь практический опыт:

1) маркетинговых исследований на международных рынках;

- уметь:

1) производить расчет цены на товары импортного производства;

- знать:

1) стратегии выхода на внешний рынок;

2) среду международного маркетинга.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности, в том числе профессиональными (ПК) компетенциями, указанными в ФГОС по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям):

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
ПК 2.2	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
ПК 2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
ПК 2.4	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату
ПК 2.5	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
ПК 2.6	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
ПК 2.7	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
ПК 2.8	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
ПК 2.9	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

В процессе освоения ПМ студенты должны овладеть общими компетенциями (ОК):

Код	Наименование результата обучения
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые 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 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

1.3 Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Вид учебной деятельности	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	468
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	240
Курсовая работа/проект	не предусмотрено
Учебная практика	36
Производственная практика (по профилю специальности)	72
Самостоятельная работа студента (всего):	120
в том числе:	
рефераты, сообщения, доклады, электронные презентации, подготовка к практическим работам, составление отчета, систематическая проработка учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем)	120
Итоговая аттестация в форме	Экзамен по модулю

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (мак.нагрузка)	Объем времени отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося			
			Всего часов	В т.ч. лаб.работы и практические занятия	Всего часов	В т.ч. курсовая работа (проект)	Учебная часов	Производственная (часов) *(если предусмотрена рассредоточена)*
1	2	3	4	5	6	7	8	98
ПК 2.1 – 2.9	МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение	111	74	20	37	-	-	-
ПК 2.1 – 2.9	МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	63	42	20	21	-	-	-
ПК 2.1 – 2.9	МДК.02.03. Маркетинг	186	124	40	62	-	-	-
ПК 2.1 – 2.9	Производственная практика (по профилю специальности)	72						72
	Всего:	468	240	80	120		36	72

2.2 Содержание обучения по профессиональному модулю Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Наименование разделов профессионального модуля, междисциплинарных курсов и тем	Содержание учебного материала, лабораторных работ и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа		Объем часов	Уровень освоения
Раздел ПМ 02.Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности			**360**	
МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение			**63**	
Раздел 1. Финансы и финансовая система			**24**	
Тема 1.1.Финансы и финансовая система РФ.	Содержание учебного материала			
	1	Социально-экономическая сущность и функции финансов.	2	2
	2	Функции финансов.	2	
	3	Финансовая система, ее функции и звенья.	2	
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	
	Практические занятия		не предусмотрено	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Тема 1.2 Управление финансами в Российской Федерации	Содержание учебного материала		2	
	1	Управление финансами в Российской Федерации		2
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	
	Практические занятия **№1** Управление финансами в Российской Федерации		2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Тема 1.3 Финансовая политика. Финансовый контроль	Содержание учебного материала		2	
	1	Финансовая политика.		3
	2	Финансовый контроль	2	

	Лабораторные занятия		не предусмотрено	
	Практические занятия №2 Финансовый контроль		2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Тема 1.4 Деньги и денежное обращение.	Содержание учебного материала		2	
	1	Деньги и денежное обращение		2
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	
	Практические занятия №3 Деньги и денежное обращение		2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Тема 1.5. Государственный бюджет РФ.	Содержание учебного материала			
	1	Сущность и значение государственного бюджета.	2	2
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	
	Практические занятия № 4 Государственный бюджет		2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Раздел 2. Налоги и налоговая система. Система налогообложения в РФ			**50**	
Тема 2.1. Правовое значение элементов закона о налоге.	Содержание учебного материала		2	
	1	Понятие и определение налога и других государственных изъятий, платежей.		2
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	
	Практические занятия		не предусмотрено	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Тема 2.2. Элементы налога	Содержание учебного материала		2	
	1	Масштаб налога и единица налога. Налоговая база Налоговый период. Ставка налога и метод налогообложения.		3
	2	Налоговые льготы. Порядок и способы исчисления налога. Способ и порядок уплаты налога	2	
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	
	Практические занятия №5 Элементы налога		2	

	Контрольные работы		не предусмотрено	
Тема 2.3. Налог на имущество физических лиц.	Содержание учебного материала		2	
	1	Налог на имущество физических лиц. Налоговая база Налоговый период. Ставка налога и метод налогообложения.		2
	2	Налоговые льготы. Порядок и способы исчисления налога. Способ и порядок уплаты налога	2	
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	
	Практические занятия		не предусмотрено	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Тема 2.4. Земельный налог.	Содержание учебного материала		2	
	1	Земельный налог. Порядок и способы исчисления налога.		3
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	
	Практические занятия		не предусмотрено	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Тема 2.5. Методика исчисления транспортного налога.	Содержание учебного материала		2	
	1	Транспортный налог. Налоговые льготы. Порядок и способы исчисления налога		2
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	
	Практические занятия №6 Решение задач по исчислению транспортного налога.		2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Тема 2.6.Единый налог на вмененный доход для определенных видов деятельности	Содержание учебного материала		2	
	1	ЕНВД. Порядок и способы исчисления налога. Способ и порядок уплаты налога		3
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	
	Практические занятия **№7** Решение задач по исчислению ЕНВД.		2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	

Тема 2.7. Методика исчисления налогообложения при переходе предприятия на УСНО.	Содержание учебного материала		2	
	1	УСНО. Порядок и способы исчисления налога. Способ и порядок уплаты налога		2
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	
	Практические занятия **№8** Решение задач по исчислению УСНО.		2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Тема 2.8. Налог на доходы физических лиц	Содержание учебного материала		2	
	1	Методика исчисления налогооблагаемой базы по налогу на доходы физических лиц		2
	2	Стандартные вычеты по НДФЛ	2	
	3	Социальные налоговые вычеты по НДФЛ	2	
	4	Имущественные налоговые вычеты по НДФЛ	2	
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	3
	Практические занятия №9 Решение ситуационных задач по исчислению налога на доходы физических лиц.		2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Тема 2.9. Налог на добавленную стоимость.	Содержание учебного материала		2	
	1	НДС. Налоговая база Налоговый период.		2
	2	Ставка налога и метод налогообложения.	2	
	3	Налоговые льготы. Порядок и способы исчисления налога.	2	
	4	Способ и порядок уплаты налога	2	
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	3
	Практические занятия №10 Решение задач по исчислению НДС		2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	

Тема 2.10. Акциз.	Содержание учебного материала	2	2
	1 Акциз. Порядок исчисления налога.		
	2 Способы исчисления налога.	2	
	Лабораторные занятия	не предусмотрено	
	Практические занятия	не предусмотрено	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
Самостоятельная работа при изучении МДК 02.01		**21**	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Проработка конспектов занятий, учебной литературы и нормативно-правовых актов с использованием справочных правовых систем «Гарант» или «Консультант». Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, информационных справочных систем, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. 1. Составление презентации на заданную тему Финансы и финансовая система. Финансовая политика. Финансовый контроль Финансовая система, ее функции и звенья. Управление финансами в Российской Федерации Налоги и налоговая система. Система налогообложения в РФ Элементы налога Земельный налог. Единый налог на вмененный доход для определенных видов деятельности Методика исчисления налогообложения при переходе предприятия на УСНО Акциз 2.Написание рефератов и исследовательских творческих работ на заданные темы			
Раздел 2 МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности		63	
Раздел 1 Теория экономического анализа		18 (6)	
Тема 1.1 Научные основы и	Содержание учебного материала	2	

информационное обеспечение анализа хозяйственной деятельности (АХД)	1	Предмет и задачи анализа финансово-хозяйственной деятельности		2
	2	Источники анализа финансово-хозяйственной деятельности	2	
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	3
	Практические занятия № 1 Анализ состава и структуры годовой бухгалтерской отчетности торговой организации		2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Тема 1.2 Виды анализа хозяйственной деятельности, приёмы и методы проведения анализа	Содержание учебного материала		2	2
	1	Классификация видов экономического анализа		
	2	Методы экономического анализа Способы и приемы экономического анализа	2	
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	3
	Практические занятия № 2 Практическое применение способов и приёмов анализа в решении производственных задач.		2	
	Практические занятия № 3 Использование факторных методов анализа		2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Раздел 2 Анализ хозяйственной деятельности организации			45 (14)	
Тема 2.1 Анализ использования материальных ресурсов организации	Содержание учебного материала			
	1	Анализ использования основных средств организации	2	2
	2	Анализ использования оборотных средств организации	2	
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	3
	Практические занятия № 4 Оценка состава и эффективности использования основных средств организации		2	
	Практические занятия № 5 Оценка состава и эффективности использования оборотных средств организации		2	

	Контрольные работы	не предусмотрено	
Тема 2.2 Анализ трудовых ресурсов организации	Содержание учебного материала	2	
	1 Анализ обеспеченности трудовыми ресурсами Анализ производительности труда и заработной платы		2
	Лабораторные занятия	не предусмотрено	
	Практические занятия № 6 Оценка движения и эффективности использования кадров организации	2	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
Тема 2.3 Анализ производства и реализации продукции	Содержание учебного материала	2	
	1 Анализ производства и реализации продукции		2
	Лабораторные занятия	не предусмотрено	3
	Практические занятия № 7 Оценка ассортимента и объемов производства организации	2	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
Тема 2.4 Анализ затрат	Содержание учебного материала	2	
	1 Анализ затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг)		2
	Лабораторные занятия	не предусмотрено	3
	Практические занятия № 8 Оценка затрат на производство и реализацию продукции	2	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
Тема 2.5 Анализ результатов производственно- финансовой деятельности организации	Содержание учебного материала	2	
	1 Анализ результатов от основной и прочей деятельности организации		2
	Лабораторные занятия	не предусмотрено	3
	Практические занятия № 9 Анализ состава и структуры прибыли организации	2	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
Тема 2.6 Оценка финансового	Содержание учебного материала		

состояния организации	1	Оценка финансового состояния организации	2	2
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	3
	Практические занятия № 10 Оценка вероятности банкротства организации		2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
Самостоятельная работа при изучении раздела				
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Законодательство РФ о формах бухгалтерской отчетности (конспект) Приемы и методы проведения анализа (решение задач) Оценка эффективности использования основных и оборотных средств организации (решение задач) Оценка эффективности использования трудовых ресурсов организации (проект) Оценка ассортимента и объемов продукции (тесты и задачи) Законодательство РФ о составе затрат (конспект) Законодательство РФ о доходах организации (конспект) Критерии и показатели финансового состояния организации (проект)			21	
МДК. 02.03 Маркетинг			**186**	
Раздел 1. Теория маркетинга			**30**	
Тема 1.1 Предмет, цели и задачи дисциплины.	**Содержание**			
	1	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Структурно-логическая схема дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке специалистов бухгалтеров, экономистов, менеджеров. Цели, задачи маркетинга. История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях.	2	2
	2	Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.	2	

	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	
	Практические занятия			
	1	№1 Характеристика основных этапов развития маркетинга	2	3
Тема 1.2 Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга.	**Содержание**			
	1	Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение. Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление (краткий перечень структурных элементов).	2	2
	2	Основны**е** виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро -, метамикс-, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарно-ориентированный, потребительно-ориентированный, интегрированный и концентрированный. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный. Отличительные особенности. Краткая характеристика отдельных видов маркетинга.	2	
	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	
	Практические занятия			
	1	**№2** Характеристика отдельных видов маркетинга.	2	3
Тема 3 Объекты и субъекты маркетинговой деятельности.	**Содержание**			
	1	Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика	2	2

		отдельных видов и разновидностей потребностей. Субъекты: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы). Положение об отделе маркетинга. Требования к специалисту по маркетингу. Нормативные документы, регламентирующие указанные требования. Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная и др.		
	2	Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.	2	
	3	Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации (бухгалтерией, финансово-экономическими службами и др.) Международные и национальные организации по маркетингу. Потребители: понятие, различие понятий в российских и международных нормативных документах. Классификация потребителей по разным признакам.	2	
	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	
	Практические занятия			
	1	№ 3 Выявление спроса на товары и услуги. Типология маркетинга.	2	3
	2	№ 4 Классификация потребностей. Удовлетворение потребностей.	2	3
Тема 4 Окружающая среда	**Содержание**			

маркетинга	1	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.	2	2
	2	Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие микросреду организации.	2	
	3	Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая (технологическая), культурная. Макросреда и конъюнктура рынка.	2	
	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	
	Практические занятия			
	1	**№ 5** Анализ окружающей среды торговой организации (производственного предприятия)	2	3
Раздел 2 Практика маркетинга			**94**	
Тема 2.1 Сегментирование рынка **(WSR).**	**Содержание**			2
	1	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие. Этапы маркетинговых исследований.	2	
	2	Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при	2	

		его освоении. **(WSR).** Важность определения целевой аудитории бизнеса; Определение целевой аудитории как определенной группы людей, на которых будет направлена реклама. Способы определения целевой аудитории. Методы анализа целевых аудиторий. Характеристики клиентов, которых бизнес хочет привлечь в первую очередь. Методы определения размера целевой аудитории. Коммуникационные приемы для объяснения определения целевой аудитории.		
	3	Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров.	2	
	Лабораторные занятия		не предусмотрено	
	Практические занятия			
	1	**№ 6** Исследование отдельных сегментов рынка **(WSR)**	2	3
	2	**№7** Маркетинговые исследования рынка: Выбор целевого сегмента рынка. Критерии выбора сегмента рынка. **(WSR)**	2	3
Тема 2.2 Конкурентная среда**(WSR).**	**Содержание**			2
	1	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки, показатели оценки конкурентоспособности. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания.	2	
	2	Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества.	2	

		Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства.		
	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	
	Практические занятия			
	1	№ 8 Анализ и оценка конкурентоспособности товаров и услуг. Конкурентоспособность предприятия. **(WSR).**	2	3
Тема 2.3 Средства маркетинга	**Содержание**			
	1	Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей; средства стимулирования сбыта. Средства удовлетворения потребностей: виды, их краткая характеристика. Маркетинговое понятие товара.	2	2
	2	Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей. ЖЦ товара, услуги его основные этапы. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Специфика ЖЦ товаров разных групп товаров, услуг.	2	
	3	Разработка новых товаров (продукции) в организациях производителей (исполнителей услуг): обоснование необходимости, этапы.	2	
	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	
	Практические занятия			
	1	**№9** Жизненный цикл (ЖЦ) товара и услуг.	2	3
Тема 2.4 Товарная политика предприятия**(WSR).**	**Содержание**			
	1	Понятие и классификация ассортимента.	2	2
	2	Управление ассортиментом. Основные направления в области формирования ассортимента. **(WSR)**. ABC-анализ. 4 «Р» (продукт, место, цена, продвижение) (product, place, price and promotion). Взаимовлияние элементов 4 «Р».	2	
	3	Факторы формирования ассортимента. Нормативная база формирования ассортимента товаров.	2	
	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	

	Практические занятия			
	1	**№**10 Исследование ассортиментной политики торгового предприятия. ABC - анализ. **(WSR)**	2	3
Тема 2.5 Ценовая политика	**Содержание**			
	1	Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен.	2	2
	2	Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен. Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними. Взаимодействие бухгалтеров, экономистов, менеджеров и других специалистов с маркетологами при формировании ценовой политики организации.	2	
	3	Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Виды цен, характерные для разных стратегий, основания для выбора стратегий ценообразования.	2	
	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	
	Практические занятия			
	1	**№** 11 Применение методов ценообразование на новые и известные товары, услуги.	2	3
Тема 2.6 Сбытовая политика	**Содержание**			
	1	Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики.	2	2
	2	Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта.	2	

		Система сбыта.		
	3	Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.	2	
	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	
	Практические занятия			
	1	**№**12 Выбор и оценка каналов распространения. Факторы, влияющие на выбор посредников. Обеспечение распределения через каналы сбыта.	2	3
	2	**№**13 Характеристика посредников разных типов.	2	3
Тема 2.7 Методы маркетинга	**Содержание**			
	1	Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов.	2	2
	2	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС): виды, назначение. Информационные методы: реклама, пропаганда, консультации. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, пабликрилейшнз; возможности, достоинства и недостатки.	2	
	3	Аналитические методы: анализ и оценка окружающей среды, анализ поведения потребителей. Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности.	2	
	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	
	Практические занятия			
	1	**№**14 Методика проведения наблюдений и опросов.	2	3
		№15 Методы формирования спроса и стимулирования	2	3

	2	Сбыта.		
Тема 2.8 Реклама. Маркетинговые коммуникации**(WSR).**	**Содержание**			2
	1	Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. Маркетинговые коммуникации и их характеристика. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. (WSR) Различные маркетинговые стратегии. Конкретные цели маркетинга. Цели маркетингового планирования. Тактики продвижения товаров/услуг на рынке. Выбор времени для маркетинговых мероприятий. Стоимость целенаправленных маркетинговых мер. Потребность в надлежащей формуле маркетинга для успешного бизнеса. Влияние маркетинговых мероприятий на успех компании. Важная роль рекламы. Разнообразие рекламных стратегий. Разнообразие рекламных средств. Преимущества различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг. Недостатки различных методов рекламы для конкретных товаров/услуг. Стоимость отдельных рекламных мероприятий. Эффективность рекламных мероприятий в отношении целевых аудиторий компаний. Эффективность каждого конкретного рекламного мероприятия. Возможность аутсорсинга.	2	
	2	Правовые основы рекламной деятельности. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации. Модель потребительского восприятия	2	

		рекламы.		
	3	Рекламная кампания фирмы. Выбор видов и носителей рекламы. Структура рекламы. Правила рекламы. Организация рекламной кампании. Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.	2	
	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	
	Практические занятия			
	1	**№**16 Оценка эффективности рекламы разных видов.	2	3
	2	**№**17 Продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций. Разработка плана рекламных мероприятий **(WSR).**	2	3
Тема 2.9 Товарная марка и упаковка	**Содержание**			
	1	Товарная марка и упаковка: Общие положения.	2	2
	2	Товарная марка и упаковка: Юридические и творческие аспекты. Брэндинг.	2	
	3	Упаковка товара и ее маркетинговые функции.	2	
	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	
	Практические занятия			
	1	№18 Упаковка товара и ее маркетинговые функции.	2	3
Тема 2.10 Маркетинг в сфере услуг	**Содержание**			
	1	Специфика маркетинга услуг. Природа и основные характеристики услуги, классификация услуг.	2	2
	2	Природа и основные характеристики услуги, классификация услуг.	2	
	3	Природа и основные характеристики услуги, классификация услуг.	2	
	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	
	Практические занятия			
	1	**№** 19 Разработка комплекса услуг торгового предприятия.	2	3

Тема 2.11 Международный маркетинг	**Содержание**			
	1	Среда международного маркетинга. Особенности маркетинговых исследований на международных рынках.	2	2
	2	Стратегии выхода на внешний рынок.	2	
	3	Ценообразование на международных рынках. Особенности продвижения.	2	
	Лабораторные занятия		**не предусмотрено**	
	Практические занятия			
	1	**№** 20 Ценообразование на международных рынках.	2	3
Самостоятельная работа при изучении раздела			**62**	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практической работе с использованием методических рекомендаций преподавателя, выполнение заданий практической работы, оформление практической работы 2Составить мини - конспект по теме: Значение дисциплины в подготовке специалистов бухгалтеров, экономистов, менеджеров. Цели, задачи маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации (бухгалтерией, финансово-экономическими службами и др.) Краткая характеристика отдельных видов маркетинга. Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса Признаки сегментирования потребительского рынка Уровни товара .и его подкрепление Виды цен, характерные для разных стратегий, основания для выбора стратегий ценообразования. Значение сбытовой политики в условиях рыночной экономики. Методы изучения рынка. Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ. История возникновения и совершенствования рекламы. Юридические и творческие аспекты разработки товарных знаков. Специфика маркетинга услуг Приморского края.				

Мотивы выхода фирмы на внешний рынок. 3. Подготовить реферат по теме: Международные и национальные организации по маркетингу. Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства 4 Составить синквейн к термину Маркетинг. 5. Повторное чтение и повторение учебного материала по смежным дисциплинам по теме: Нормативная база формирования ассортимента товаров.		
Учебная практика **Виды работ:** 1. Организационное собрание: - ознакомление с особенностями прохождения практики; - согласование плана практики; - получение индивидуального задания на практику. 2. Инструктаж по технике безопасности: - ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ; - общее ознакомление с технологическим процессом на данном участке работы; - ознакомление с опасными зонами работ. Тема 1. Оформление финансовых документов и отчетов Ознакомление с финансовыми документами и отчетами. Составление перечня финансовых документов. Участие в составлении и оформлении финансовых документов. Составление приходных, расходных документов к товарному отчету. Оформление товарного отчета. Составление актов уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров. Ознакомление с приемосдаточными актами при передаче материальных ценностей. Ознакомление с переоценкой и уценкой товаров. Овладение навыками оформления документов по переоценке и уценке товаров. Оформление товарных отчетов. Участие в инвентаризации и оформлении отчета. Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями Распознавание признаков платежеспособности билетов банка России и государственных казначейских билетов. Проверка денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот. Овладение навыками работы на машине пересчета денежных купюр. Овладение навыками проверки подлинности банкнот.	**36**	

Подсчет денежной выручки за день. Тема 3. Расчет основных налогов Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией - базой практики. Расчет основных налогов (примеры расчета). Тема 4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой (сбытовой) организации Составление перечня показателей финансово-хозяйственной деятельности (ФХД). Выявление и определение наиболее значимых экономических показателей работы организации. Анализ динамики показателей ФХД за 6 и 12 мес. Текущего года. Оформление результатов анализа. Тема 5. Выявление потребностей (спросе) на товары и соответствующих типов маркетинга Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии. Определение вида и характера спроса на товары разных поставщиков, относящихся к одному виду (не менее 10 товаров). Анализ факторов, влияющих на спрос. Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров. Тема 6. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Участие в реализации сбытовой политики организации. Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары. Реализация стратегий ценообразования в организации. Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала. Реализация мероприятий по стимулирований потребителей. Тема 7. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течение года. Составление проекта рекламных акций. Участие в проведении рекламных акций и компаний. Участие в организации рекламы в местах продаж. Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения товаров и услуг организации. Участие в выставках-продажах или дегустациях или демонстрациях товаров (при возможности их проведения). Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций. Тема 8. Анализ маркетинговой среды организации Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих		

маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга). Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа суммы покупок). Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту). Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и её конкурентов). Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям. 1. Обобщение полученных материалов 2. Подготовка и оформление отчета о практике 3. Защита отчета по практике		
Производственная практика **Виды работ:** - Выявления потребностей (спроса) на товары. - Реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка. - Участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций. - Анализа маркетинговой среды организации. - Анализ ценовой политики организации. -Анализ и оценка целевого сегмента рынка. - Оценка конкурентоспособности товаров, услуг, предприятия. - Обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; - Организация и проведение маркетинговых исследований рынка.	**72**	
Преддипломная практика	**не предусмотрено**	
Курсовая работа	**не предусмотрено**	
Всего по профессиональному модулю	**468**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (урок, практическое занятие, лабораторное занятие, лекция, семинар), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации:

Кабинет Финансов, налогов и налогообложения

количество посадочных мест - 36 шт., стол для преподавателя 1 шт., стул для преподавателя 1 шт., мультимедийное оборудование 1 шт., доска маркерная, дидактические пособия

ПО: Microsoft Windows 7 Professional Russian, ООО "Битроникс Владивосток" Контракт№ 0320100030814000018-45081 от 09.09.14, лицензия №64099496, бессрочно

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (урок, практическое занятие, лабораторное занятие, лекция, семинар), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации:

Кабинет Междисциплинарных курсов

количество посадочных мест - 36 шт., стол для преподавателя 1 шт., стул для преподавателя 1 шт., мультимедийное оборудование 1 шт., доска маркерная, дидактические пособия

ПО: Microsoft Windows 7 Professional Russian, ООО "Битроникс Владивосток" Контракт№ 0320100030814000018-45081 от 09.09.14, лицензия №64099496, бессрочно

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (урок, практическое занятие, лабораторное занятие, лекция, семинар), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации:

Кабинет Маркетинга

количество посадочных мест - 36 шт., стол для преподавателя 1 шт., стул для преподавателя 1 шт., мультимедийное оборудование 1 шт., доска маркерная, дидактические пособия

ПО: Microsoft Windows 7 Professional Russian, ООО "Битроникс Владивосток" Контракт№ 0320100030814000018-45081 от 09.09.14, лицензия №64099496, бессрочно

3.2. Информационное обеспечение обучения (перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы)

Основная литература

1. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. И. Гончаренко [и др.] ; ответственный редактор Л. И. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 524 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4244-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/455868

2. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Б. Поляк [и др.] ; под редакцией Г. Б. Поляка, Е. Е. Смирновой. — 3-е изд.,

перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 385 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06431-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450803

3. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 434 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13969-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/467398

4. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/455587

5. Финансы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 439 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13306-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/457474

Дополнительная литература

1 Налоги и налогообложение : учебник для вузов / Л. Я. Маршавина [и др.] ; под редакцией Л. Я. Маршавиной, Л. А. Чайковской. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 510 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12659-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/465339

2 Налоги и налогообложение. Практикум : учебное пособие для вузов / Д. Г. Черник [и др.] ; под редакцией Д. Г. Черника, Ю. Д. Шмелева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 438 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11791-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/450378

3 Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/466182

4 Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451046

5 Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/456737

Электронные ресурсы

1.Официальный сайт Пенсионного фонда Российской Федерации, Режим доступа: www.pfrf.ru

2.Официальный сайт журнала «Российский налоговый курьер», Режим доступа: www.rnk.ru

3.Официальный сайт Президента Российской Федерации, Режим доступа: http://kremlin.ru/mainpage.shtml

4.Официальный сайт Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, Режим доступа: Режим доступа: http://www.duma.gov.ru

5.Официальный сайт Правительства Российской Федерации, Режим доступа: http://www.government.ru

6.Журнал «Главный бухгалтер» Режим доступа: https://www.gb.by/izdaniya/glavnyi-bukhgalter/16-2019?izdaniya_year=2019

7.СПС «Консультант Плюс» [Электронный ресурс], режим доступа: http://www.consultant.ru

8.СПС «Гарант» [Электронный ресурс], режим доступа: http://www.garant.ru

Нормативные документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)
2. Конституция РФ/
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая и вторая)

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса.

Освоение ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности производится в соответствии с учебном планом по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) и календарным графиком.

Образовательный процесс организуется строго по расписанию занятий, утвержденному заместителем директора по УР.

График освоения ПМ предполагает освоение МДК Финансы, налоги и налогообложение,Анализ финансово-хозяйственной деятельности, включающего в себя как теоретические, так и лабораторно-практические занятия.

Освоению ПМ предшествует обязательное изучение учебных дисциплин: Математика, Информационные технологии в профессиональной деятельности, Экономика организации, Документационное обеспечение управления, Бухгалтерский учет, которые являются базовыми дисциплинами.

Изучение теоретического материала может проводиться как в каждой группе, так и для нескольких групп (при наличии нескольких групп на специальности).

При проведении практических занятий деление группы студентов на подгруппы не требуется.

В процессе освоения ПМ предполагается проведение текущего контроля знаний, умений у студентов. Сдача рубежного контроля (РК) является обязательной для всех обучающихся. Результатом освоения ПМ выступают ПК, оценка которых представляет собой создание и сбор свидетельств деятельности на основе заранее определенных критериев.

С целью оказания помощи студентам при освоении теоретического и практического материала, выполнения самостоятельной работы разрабатываются учебно-методические комплексы (кейсы студентов).

С целью методического обеспечения прохождения учебной практики разрабатываются методические рекомендации для студентов.

При освоении ПМ преподавателем устанавливаются часы дополнительных занятий, в рамках которых для всех желающих проводятся консультации. График проведения консультаций размещен на входной двери учебного кабинета.

Текущий учет результатов освоения ПМ производится в журнале по ПМ. Наличие оценок по ЛПР и рубежному контролю является для каждого студента обязательным. В случае отсутствия оценок за ЛПР и ТРК студент не допускается до сдачи экзамена по ПМ.

5. 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

4.1 Результаты освоения общих компетенций

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной практики и производственной практики (по профилю специальности)
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Мониторинг и рейтинг выполнения работ на учебной практике и практических занятиях, самостоятельных работах
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Индивидуальное собеседование, наблюдение и оценка в ходе выполнения практических и самостоятельных работ на моделирование и решение нестандартных ситуаций
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка подготовки и защиты рефератов, докладов, сообщений, электронных презентаций с использованием электронных источников
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Оценка подготовки и защиты рефератов, докладов, сообщений с использованием информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности
ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Наблюдение за поведением на практических групповых занятиях, в деловых играх, моделировании социальных и профессиональных ситуаций. Мониторинг развития личностно-профессиональных качеств обучающегося.
ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать	Наблюдение за поведением на практических групповых занятиях,

	устную и письменную речь.	в деловых играх, моделировании социальных и профессиональных ситуаций. Мониторинг развития личностно-профессиональных качеств обучающегося.
ОК 12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	Наблюдение за поведением на практических групповых занятиях, в деловых играх, моделировании социальных и профессиональных ситуаций. Мониторинг развития личностно-профессиональных качеств обучающегося.

4.2 Конкретизация результатов освоения ПМ

ПК 2.1 Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.	
Иметь практический опыт: Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров	1.Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности 2. Проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и
Уметь: составлять финансовые документы и отчеты;	Практические занятия № 7 Оценка ассортимента и объемов производства организации
Знать: - функции и классификацию налогов;	**Тема 2.5** Анализ результатов производственно-финансовой деятельности организации
Самостоятельная работа:	Повторить конспект по смежным дисциплинам на тему: Виды договоров, применяемых в торговле. Составить краткие тезисы по теме: 1 Классификация торговых зданий и сооружений и требования, предъявляемые к ним. 2 Наиболее крупные постоянно функционирующие оптовые ярмарки России**.**
ПК 2.2 Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	
Иметь практический опыт: - оформления финансовых документов и отчетов;	1 Приемы и методы проведения анализа (решение задач) 2 Оценка эффективности использования основных и оборотных средств организации (решение задач)
Уметь: составлять финансовые документы и отчеты;	№ 1 Анализ состава и структуры годовой бухгалтерской отчетности торговой организации № 2 Практическое применение способов и приёмов

	анализа в решении производственных задач.
Знать: - методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;	**Тема 1.2** Виды анализа хозяйственной деятельности, приёмы и методы проведения анализа **Тема 2.1** Анализ использования материальных ресурсов организации
Самостоятельная работа:	Повторное чтение конспектов. Подготовка к практической работе.
ПК 2.3 Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	
Иметь практический опыт: - анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;	1 Оценка эффективности использования трудовых ресурсов организации (проект) 2 Оценка ассортимента и объемов продукции (тесты и задачи)
Уметь: - применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;	№ 3 Использование факторных методов анализа № 7 Оценка ассортимента и объемов производства организации № 8 Оценка затрат на производство и реализацию продукции
Знать: - финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; - сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;	**Тема 1.1** Научные основы и информационное обеспечение анализа хозяйственной деятельности (АХД). **Тема 1.2** Виды анализа хозяйственной деятельности, приёмы и методы проведения анализа **Тема 2.2** Анализ трудовых ресурсов организации
Самостоятельная работа:	Повторное чтение конспектов. Подготовка к практической работе.
ПК 2.4 Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	
Иметь практический опыт: 2) проведения денежных расчетов;	1.Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату. 2.Анализ ценовой политики организации.
Уметь: осуществлять денежные расчеты;	Практические занятия №3 Деньги и денежное обращение, Практические занятия №9 Решение ситуационных задач по исчислению налога на доходы физических лиц.
Знать: методику расчета основных видов налогов;	Тема 2.8. Налог на доходы физических лиц, Тема 1.4 Деньги и денежное обращение.
Самостоятельная работа:	Составить синквейн к термину Налоги. Составить мини - конспект по теме: 1Значение дисциплины в подготовке специалистов.

	2Взаимосвязь финансового отдела с руководством, другими структурными подразделениями организации (маркетинговыми службами и др.)
ПК 2.5 Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	
Иметь практический опыт: выявления потребностей (спроса) на товары.	1 Выявление потребности (спроса) на товары, формирование и удовлетворение потребности.
Уметь: выявлять, формировать и удовлетворять потребности	№ 3 Выявление спроса на товары и услуги. Типология маркетинга. № 4 Классификация потребностей. Удовлетворение потребностей. №10 Исследование ассортиментной политики торгового предприятия. ABC - анализ. **(WS)**
Знать: **-** составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты **-**средства: удовлетворения потребностей.	Тема 1.1.1: Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение. Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление (краткий перечень структурных элементов). Тема 2.7.1: Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов. Тема 3.2: Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.
Самостоятельная работа:	Составить синквейн к термину Маркетинг. Составить мини - конспект по теме: 1Значение дисциплины в подготовке специалистов бухгалтеров, экономистов, менеджеров. Цели, задачи маркетинга. 2 Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. 3Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации (бухгалтерией, финансово-экономическими службами и др.) 4 Краткая характеристика отдельных видов

	маркетинга.
ПК 2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	
Иметь практический опыт: участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций	1 Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций. 2 Обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций.
Уметь: обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций	**№**16 Оценка эффективности рекламы разных видов. **№**17 Продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций. Разработка плана рекламных мероприятий **(WS).**
Знать: средства: распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику	Тема 2.8.1: Маркетинговые коммуникации и их характеристика. Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Тема 2.8.2: Правовые основы рекламной деятельности. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации. Модель потребительского восприятия рекламы. Тема 2.8.3: Рекламная кампания фирмы. Выбор видов и носителей рекламы. Структура рекламы. Правила рекламы. Организация рекламной кампании. Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.
Самостоятельная работа:	Составить мини - конспект по теме: 1 Правовое регулирование рекламной деятельности в РФ. 2 История возникновения и совершенствования рекламы. 3 Юридические и творческие аспекты разработки товарных знаков.
ПК 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	
Иметь практический опыт: реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка	1 Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка. 2.Анализ ценовой политики организации. 3 Организация и проведение маркетинговых исследований рынка.
Уметь: проводить маркетинговые исследования рынка; - производить расчет цены на товары импортного производства	**№ 6** Исследование отдельных сегментов рынка **(WS).** **№7** Маркетинговые исследования рынка: Выбор целевого сегмента рынка. Критерии выбора сегмента рынка. **(WS)** **№**14 Методика проведения наблюдений и опросов. **№**15 Методы формирования спроса и

	стимулирования сбыта. **№** 11 Применение методов ценообразование на новые и известные товары, услуги. **№** 20 Ценообразование на международных рынках.
Знать: методы изучения рынка, анализа окружающей среды - этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом - маркетинговых исследований на международных рынках - стратегии выхода на внешний рынок - среду международного маркетинга	Тема 2.1.1:Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие. Этапы маркетинговых исследований. Тема 2..2: Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении. Тема 2.1.3: Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров. Тема 2.11.2: Стратегии выхода на внешний рынок. Тема 2.11.3: Ценообразование на международных рынках. Особенности продвижения.
Самостоятельная работа:	Подготовить реферат по теме: 1 Международные и национальные организации по маркетингу. 2 Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства. Составить мини - конспект по теме: 1 Уровни товара и его подкрепление 2 Виды цен, характерные для разных стратегий, основания для выбора стратегий ценообразования. 3 Признаки сегментирования потребительского рынка 4 Значение сбытовой политики в условиях рыночной экономики. **5** Методы изучения рынка. 6 Мотивы выхода фирмы на внешний рынок.
ПК 2.8 Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	
Иметь практический опыт: анализа маркетинговой среды организации.	1 Анализ маркетинговой среды организации. 2 Анализ и оценка целевого сегмента рынка.

	3 Оценка конкурентоспособности товаров, услуг, предприятия.
Уметь: оценивать конкурентоспособность товаров	**№ 8** Анализ и оценка конкурентоспособности товаров и услуг. Конкурентоспособность предприятия. **(WS).** **№10** Исследование ассортиментной политики торгового предприятия. АВС - анализ. **(WS)** **№**12 Выбор и оценка каналов распространения. Факторы, влияющие на выбор посредников. Обеспечение распределения через каналы сбыта.
Знать: конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности	Тема 2.2.1:Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки, показатели оценки конкурентоспособности. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания. Тема 2.2.2:Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества. Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства.
Самостоятельная работа:	Составить мини - конспект по теме: 1 Специфика маркетинга услуг Приморского края. 2 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).
ПК 2.9 Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.	
Иметь практический опыт: 6) применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;	1.Анализ результатов от основной и прочей деятельности организации 2.Анализ состава и структуры прибыли организации
Уметь: - анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;	Практические занятия № 2 Практическое применение способов и приёмов анализа в решении производственных задач, № 4 Оценка состава и эффективности использования основных средств организации № 5 Оценка состава и эффективности использования оборотных средств организации № 6 Оценка движения и эффективности использования кадров организации № 9 Анализ состава и структуры прибыли организации

	№ 10 Оценка вероятности банкротства организации
Знать: анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;	**Тема 2.3** Анализ производства и реализации продукции **Тема 2.5** Анализ результатов производственно-финансовой деятельности организации **Тема 2.6** Оценка финансового состояния организации
Самостоятельная работа:	Подготовить реферат по теме: 1. Денежные расчеты с покупателями 2.Методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности

Приложение
к рабочей программе дисциплины
ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г Уссурийске

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

по специальности
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Уссурийск, 2020 г.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся разработан в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) и "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования" (утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 14 июня 2013 г. N 464 г. Москва).

Составитель:
Серышева Галина Витальевна
Рыжакова Елена Сергеевна

Утверждена на заседании цикловой методической комиссии Экономических, математических, общих естественнонаучных и правовых дисциплин от 16.04.20г., протокол № 8

Председатель цикловой методической комиссии _____ Басалюк Т.Г.
подпись фамилия, инициалы

«16» 04 2020г.

Председатель цикловой методической комиссии (выпускающей)
_____ Басалюк Т.Г.
Подпись фамилия, инициалы

«16» 04 2020г.

1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины междисциплинарному курсу 02.01. Финансы, налоги и налогообложение .

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине, которая проводится в форме дифференцированного зачёта с использованием оценочного средства - устный опрос в форме собеседования, выполнение письменных заданий.

2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код ОК, ПК	Код результата обучения	Наименование результата обучения
ОК01	З1	нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;
	У1	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;
ОК02	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;
	У2	участвовать в инвентаризации имущества и обязательств организации;
ОК03	З3	план счетов, объекты бухгалтерского учета;
	У3	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;
ОК04	З4	бухгалтерскую отчетность
	У4	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;
ОК06	З1	нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;
	У1	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;
ОК07	З4	бухгалтерскую отчетность
	У4	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;
ПК1.3	З4	бухгалтерскую отчетность
	У4	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;
ПК 2.1	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;

Код ОК, ПК	Код результата обучения	Наименование результата обучения
	У2	участвовать в инвентаризации имущества и обязательств организации;

3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Раздел (модуль) 1 Финансы и финансовая система				
Тема 1.1	З1	нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;	*Устный опрос (п. 4.1, вопросы 2-6)*	*Вопросы на зачет 2-5 (п. 6.1)*
	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;	*Устный опрос (п. 3.1, вопросы 4-7)*	
	З3	план счетов, объекты бухгалтерского учета;	*Устный опрос (п. 3.1, вопросы 5-10)*	
Тема 1.2	У1	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;	*Тест №1 (п.6.3. Варианты 1-2)*	*Практическое задание к зачету №1-3 (п.6.2)*
	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;	*Устный опрос (п. 5.1, вопросы 1-3)*	*Вопросы на зачет 7-10 (п. 6.1)*
Тема 1.3.	З1	нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;	*Тест №2 (п.5.3. Варианты1-3)*	*Практическое задание к зачету №1-5 (п.6.3)*
	З3	план счетов, объекты бухгалтерского учета;		
Раздел (модуль) 2 Налоги и налоговая система. Система налогообложения в РФ				
Тема 2.1	У1	использовать данные бухгалтерского учета для	*Тест №3 (п.5.3.*	*Практическое задание к*

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;	*Варианты 1-3)*	*зачету №4-6 (п.6.2)*
	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;	*Устный опрос (п. 5.1, вопросы 18-26)*	*Вопросы на зачет 13-18 (п. 6.1)*
Тема 2.2	З1	нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;	*Устный опрос (п. 5.1, вопросы 27-29)*	*Вопросы на зачет 19-21(п. 6.1)*
	З3	план счетов, объекты бухгалтерского учета;	*Устный опрос (п. 5.1, вопросы 18-26)*	*Вопросы на зачет 13-18 (п. 6.1)*
Тема 2.3	У1	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;	*Устный опрос (п. 5.1, вопросы 30-32)* *Тест №4 (п.5.3. Варианты 1-3)*	*Практическое задание к зачету №6-8(п.6.3)* *Практическое задание к зачету №9-11(п.6.3)*
	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;		
Тема 2.4	З1	нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;	*Устный опрос (п. 5.1, вопросы 18-26)*	*Вопросы на зачет 13-18 (п. 6.1)*
	З3	план счетов, объекты бухгалтерского учета;	*Тест №3 (п.5.3. Варианты 1-3)*	*Практическое задание к зачету №4-6 (п.6.2)*
Тема 2.5	У1	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;	*Устный опрос (п. 5.1, вопросы 18-26)*	*Вопросы на зачет 13-18 (п. 6.1)*
	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;		
Тема 2.6	З2	методологические основы	*Устный опрос*	*Вопросы на*

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;	*(п. 5.1, вопросы 18-26)*	*зачет 13-18 (п. 6.1)*
	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;		

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Раздел (модуль) 1 Финансы и финансовая система				
Тема 1.1 Практическое занятие № 1	З1	нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;	*Эссе (п.5.4, темы 1-3)*	*Вопросы на зачет 6-8 (п.6.1)*
	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;	*Защита отчета по практическому занятию*	*Практическое задание к зачету №1-3 (п.6.2)*
	З3	план счетов, объекты бухгалтерского учета;		
Раздел (модуль) 2 Налоги и налоговая система. Система налогообложения в РФ				
Тема 2.2 Практическое занятие № 2	У1	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;	*Устный опрос (п. 5.1, вопросы 21-23)*	*Вопросы на зачет 29-31(п. 6.1)*
	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;	*Защита бизнес-плана*	*Практическое задание к зачету №17-20 (п.6.3)*
Тема 3.2 Практическое занятие № 3	З1	нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;	*Доклад (п.5.4, темы 19-25)*	*Вопросы на зачет 29-31(п. 6.1)* *Практическое задание к зачету №28-34 (п.6.3)*
	З3	план счетов, объекты бухгалтерского учета;	*Защита отчета по практическому занятию*	
	У1	использовать данные бухгалтерского учета для		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;		
	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;		
Тема 3.3 Практическое занятие № 4	З1	нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;	Реферат *(п.5.4, темы 26-32)*	*Практическое задание к зачету № 10-13(п.6.2)*
	З3	план счетов, объекты бухгалтерского учета;	*Защита отчета по практическому занятию*	
	У1	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;		
	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;		
Тема 4.1 Практическое занятие № 5	З1	нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;	*Защита отчета по практическому занятию*	*Практическое задание к зачету №24-27 (п.6.2)*
	З3	план счетов, объекты бухгалтерского учета;		
Тема 4.2 Практическое занятие № 6	У1	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;		*Практическое задание к зачету №28-33 (п.6.2)*
	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;		
Тема 5.1 Практическое занятие № 7	З1	нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;	*Реферат (п.5.4, темы 33-37)*	*Практическое задание к зачету №18-20(п.6.3)*

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
	З3	план счетов, объекты бухгалтерского учета;	*Защита отчета по практическому занятию*	
	У1	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;		
Тема 5.2 Практическое занятие № 8	З3	план счетов, объекты бухгалтерского учета;	*Эссе(п.5.4, темы 37-41)*	*Практическое задание к зачету №34-36(п.6.2)*
	У1	использовать данные бухгалтерского учета для планирования и контроля результатов коммерческой деятельности;	*Защита отчета по практическому занятию*	
	З2	методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;		

Практическое занятие №1.

«Деньги и денежное обращение».

Цель работы: научиться рассчитывать скорость оборота денег, количество денег необходимых для безынфляционного обращения, денежную массу.

Норма времени: 2 часа.

Оснащение рабочего места: Методические указания, индивидуальные задания

Теоретическое введение

Денежное обращение осуществляется в наличной и безналичной формах.

Наличная форма денежного обращения — это движение наличных денег, т. е. монет и банкнот.

Безналичная форма денежного обращения — это плата безналичными деньгами, т. е. безналичные расчеты.

Денежное обращение подчиняется определенному закону, который определяет количество денег (или денежную массу), необходимое в каждый данный момент для обеспечения товарного обращения в стране.

Математическая формула закона денежного обращения следующая:

Д= (Р-К+П-В) /О

где *Д* — количество денег (денежная масса), руб.;
Р — сумма цен товаров (услуг, работ), подлежащих продаже, руб.;
К— сумма цен товаров (услуг, работ), платежи по которым выходят
за пределы данного периода времени (т. е. проданных в рассрочку), руб.;
П— сумма цен товаров (услуг, работ), сроки платежей по которым уже наступили, руб.;
В — сумма взаимнопогашаемых платежей, руб.;
О — скорость оборота денег за данный период времени, обороты.

Денежная масса — это совокупность покупательных, платежных и накопленных средств (т. е. наличные и безналичные деньги), обслуживающая экономические связи и принадлежащая гражданам, хозяйствующим субъектам, государству.

Скорость оборота денег измеряется числом оборотов рубля за единицу времени, т. е. сколько раз рубль используется для оплаты товаров (работ, услуг) п течение определенного периода времени, обычно за год.

Из закона денежного обращения вытекает требование сбалансированности денежной и товарной массы в обращении. Эта сбалансированность выражается уравнением обмена между денежной массой и номинальной величиной валового национального продукта.

Валовой национальный продукт представляет собой годовую стоимость произведенного в стране конечного годового продукта в рыночных ценах. Валовой национальный продукт включает стоимость продукта как созданного в самой стране, так и за ее пределами с использованием факторов производства (земля, труд, капитал, организационные способности предпринимателя), принадлежащих данной стране.

Уравнение обмена — это расчетная зависимость, согласно которой произведение величины денежной массы на скорость оборота денег равно произведению уровня цен на реальную величину валового национального продукта.

М х О = Р х Н

где *М* ~ количество денег в обращении (денежная масса), руб.;
О — скорость оборота денег за год, обороты;
Р — уровень цен товаров (услуг, работ), выраженный относительно базового годового показателя, равного 1;
Н — реальная величина валового национального продукта, руб.;
(РхН) — номинальная величина валового национального продукта, руб.

Уравнение обмена показывает зависимость, выполнение которой ведет к тому, что количество денег в обращении будет соответствовать реальной потребности в них. Государство должно поддерживать данную зависимость путем проведения правильной денежной и финансовой политики.

В настоящее время для анализа изменений в процессе движения денег используются денежные агрегаты.

Денежные агрегаты — это виды денег и денежных средств (заменителей денег), отличающиеся друг от друга степенью ликвидности. Денежные агрегаты (лат. слово— присоединенный) — это показатели, представляющие собой соединение нескольких частей денежного потока в единое целое.

Существуют 5 видов денежных агрегатов.

M_0 — наличные деньги в обороте.

М1, — наличные деньги, чеки, вклады до востребования. Другими словами, агрегат M_l включает в себя агрегат Л/$_0$ и деньги па текущих банковских счетах. Это наличные и безналичные деньги.

M_2 — состоит из агрегата M_1 и небольших срочных вкладов, т. е. это наличные деньги, безналичные деньги, деньги на банковских депозитах и в государственных ценных бумагах (облигации сберегательного займа и др.).

M_3 — состоит из агрегата M_2, денег на любых вкладах, включая и ценные бумаги, обращающиеся на финансовом рынке (фондовые ценные бумаги — акции, облигации и другие коммерческие ценные бумаги — векселя и др.).

M_4 — включает в себя все виды денег и денежных средств, т. е. агрегат M_4 состоит из агрегата M_3 и различных видов депозитных вкладов.

Чтобы денежное обращение не нарушалось, денежные агрегаты должны находиться в определенном равновесии. Условиями равновесия, как показывает практика, являются:

$$M_2 > M_1 \quad \text{и} \quad M_2 + M_3 > M_1$$

В этом случае денежный капитал из наличного оборота переходит в безналичный оборот. Для определения структуры денежной массы страны используют разное количество агрегатов. В Российской Федерации — четыре агрегата**: M_0, M_1 M_2, M_3.**

Структура совокупной денежной массы в Российской Федерации приблизительно такова:
M_0 — 30 %, , M_1— 96, M_2 — 99, M_3 — 99,5 %.
С помощью денежных агрегатов можно **определить скорость оборота денег:**

$$O = H / M_2$$

где *O* — скорость оборота денег, обороты;
H — годовой объем валового национального продукта, в руб;
M_2 — денежный агрегат, в руб.

Скорость оборота **безналичных денег, т. е. денег, находящихся на текущих счетах**, рассчитывается по формуле:

$$O1 = (M_1 . M_0) / M_2$$

где О1 - скорость оборота безналичных денег, обороты;
M_0, M_1 M_2 — денежные агрегаты, в руб.

Практическая часть

ЗАДАЧА 1
Рассчитайте скорость оборота денег. Денежная масса наличных и безналичных денег — 500 млрд руб. Валовой национальный продукт — 4100 млрд руб.
ЗАДАЧА 2
Определите количество денег, необходимых в качестве средства обращения. Сумма цен по реализованным товарам (работам, услугам) 4500 млрд руб. Сумма цен товаров (работ, услуг), проданных с рассрочкой платежа, срок оплаты которых не наступил, — 42млрд руб. Сумма платежей по долгосрочным обязательствам, срок оплаты которых наступил, — 172 млрд руб. Сумма взаимно погашающихся платежей — 400 млрд руб. Среднее число оборотов денег за год — 10.
ЗАДАЧА 3
Рассчитайте скорость оборота денег, хранящихся на расчетном счете. Денежные агрегаты равны M_0 - 120 млрд руб., **$M_{1=}$** 360 млрд руб., M_2=380 млрд руб.
ЗАДАЧА 4
Для бсзынфляционного обращения денег в экономике страны необходимо иметь 90 млрд ден. ед. Что станет с ценами на товары и услуги, если в сферу обращения будет введено 112,5 млрд ден. ед.?
ЗАДАЧА 5
Сумма цен реализованных товаров и услуг -- 200 млрд руб. При этом сумма цен товаров, проданных в кредит, 10 млрд руб., платежи но кредитам составляют 4 млрд руб., взаимопогашающиеся платежи — 2 млрд руб. Скорость оборота денежной единицы 2,4 мес. Рассчитайте количество денег, необходимых для безынфляционного обращения денег в экономике.
ЗАДАЧА 6
Определите количество денег, необходимых для безынфляционного обращения денег в экономике страны. Сумма цен реализованных товаров и услуг — 200 млрд руб. Платежи по кредитам — 40 млрд руб. Товары, проданные в кредит — 60 млрд руб. Взаимопогашающиеся платежи – 20 млрд руб. Рубль. Совершает 8 оборотов за год. Как изменится количество денег в обращении, если :
1) сумма продаж возрастет в 1.5 раза.
2) рубль совершает 10 оборотов за год
3) число оборотов рубля совершается до 5 за год?

Литература

1.Евстафьева Е. Н Деньги и денежное обращение , 2017г.
2.Юткина Т.Ф Финансы и финансовая система, М.: Инфра-М , 2018г .

Практическое занятие №2.
«Порядок исчисления транспортного налога».

Цель работы: Иметь практические навыки решения задач, связанных с методикой и порядком исчисления транспортного налога.
Норма времени: 2 часа.
Оснащение рабочего места: Методические указания, индивидуальные задания

Теоретическое введение

Транспортный налог — налог, взимаемый с владельцев зарегистрированных транспортных средств. Транспортный налог относится к региональным налогам. Величина налога, порядок и сроки его уплаты, формы отчётности, а также налоговые льготы устанавливают органы законодательной власти субъектов РФ. Федеральное законодательство определяет объект налогообложения, порядок определения налоговой базы, налоговый период, порядок исчисления налога и пределы налоговых ставок. Объектом налогообложения признаются автомобили, мотоциклы, мотороллеры, автобусы и другие самоходные машины и механизмы на пневматическом и гусеничном ходу, самолёты, вертолёты, теплоходы, яхты, парусные суда, катера, снегоходы, мотосани, моторные лодки, гидроциклы, несамоходные (буксируемые суда) и другие водные и воздушные транспортные средства, зарегистрированные в установленном порядке в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Налоговые ставки устанавливаются законами субъектов Российской Федерации соответственно в зависимости от мощности двигателя, тяги реактивного двигателя или валовой вместимости транспортных средств, категории транспортных средств в расчёте на одну лошадиную силу мощности двигателя транспортного средства, один килограмм-силы тяги реактивного двигателя, одну регистровую тонну транспортного средства или единицу транспортного средства в следующих размерах:

Ставки могут быть увеличены (уменьшены) законами субъектов РФ, но не более чем в 10 раз. Кроме того, законами субъектов РФ могут быть установлены дифференцированные налоговые ставки в отношении каждой категории транспортных средств, а также с учётом срока полезного использования транспортных средств.

Практическая часть

Задание. Решение практических ситуаций по начислению и уплате транспортного налога. Ставки применить действующие на территории Приморского края.

Задание 1. На организацию зарегистрирован автомобиль ГАЗ-3110 с мощностью двигателя 130 л. с. Этот автомобиль числился за организацией до продажи 25 февраля текущего года. Других автомобилей у организации нет. Необходимо рассчитать сумму транспортного налога, организовать аналитический учет. Ставка налога – 7р 50к.

Задание 2. Организация зарегистрировала автомобиль ВАЗ-21093 с мощностью двигателя 85 л. с. с 4 марта текущего года, 23 августа он был снят с учета в связи с продажей. Других автомобилей у организации нет. Необходимо рассчитать сумму транспортного налога, организовать аналитический учет. Ставка налога – 4р 50к.

Задание 3. Организация зарегистрировала автобус с мощностью двигателя 220 л.с. Других автомобилей у организации нет. Необходимо рассчитать сумму транспортного налога, организовать аналитический учет. Ставка налога – 22р 50к.

Задание 4. Организация приобрела импортный грузовой автомобиль с мощностью двигателя 120 л. с. Автомобиль был зарегистрирован в органах ГИБДД 30 сентября текущего года. Других автомобилей у организации нет. Необходимо определить сумму транспортного налога, организовать аналитический учет. Ставка налога – 13р 00к.

Задание 5. Организация зарегистрировала мотороллер «Муравей» с мощностью 25 л. с. Других транспортных средств у организации нет. Необходимо рассчитать сумму транспортного

налога, организовать аналитический учет. Ставка налога – 1р 50к.

Задание 6. В апреле текущего года ООО «Норд» купило и зарегистрировало в ГИБДД Приморского края автомобиль ВАЗ-2105, мощность двигателя 70 л. с. и эксплуатировало его до конца года. Необходимо рассчитать сумму транспортного налога, которую должно уплатить ООО «Норд», организовать аналитический учет с бюджетом по начислению и уплате транспортного налога. Ставка налога – 4р 50к.

Задание 7. В августе текущего года организация приобрела легковой автомобиль с мощностью двигателя 72 л.с. Необходимо рассчитать сумму транспортного налога и указать сроки его уплаты. Ставка налога – 6р 00к.

Задание 8. У индивидуального предпринимателя В. Н. Баранкина 12 апреля текущего года угнали автомобиль модностью двигателя 120 л.с. О хищении автомобиля был составлен акт и сообщено в ФНС. Необходимо рассчитать сумму транспортного налога, которую должен заплатить индивидуальный предприниматель В. Н. Баранкин. Ставка налога – 15р 60к.

Задание 9. Организации принадлежит: 2 грузовых автомобиля «КамАЗ» с мощностью двигателя 400 л.с. Ставка налога – 60р 00к. 3 грузовых автомобиля «ЗиЛ» с мощностью двигателя 240 л.с. Ставка налога – 45р 00к; 3 легковых автомобиля «Жигули» с мощностью двигателя 80 л.с. Ставка налога – 4р 50к; 4 легковых автомобиля «ГАЗ» с мощностью двигателя 110 л.с. Ставка налога – 7р 50к; 1 автобус с мощностью двигателя 150 л.с. Ставка налога – 9р 00к. Необходимо рассчитать транспортный налог, который должна заплатить организация, организовать аналитический учет по начислению и уплате налога в бюджет.

Задание 10. Организация имеет на балансе 2 легковых автомобиля мощностью 75 и 100 л.с. Ставка налога – 8р 40к и 15р 6к, а также 3 грузовых автомобиля мощностью 300, 400 и 500 л.с. Ставка налога – 45р 00к, 60р 00к и 75р 00к. Необходимо рассчитать сумму транспортного налога, организовать аналитический учет по начислению и уплате налога в бюджет.

Задание 11. Гражданин Н.Н. Сомов купил 10 июля текущего года автомобиль Audi A4 (мощность двигателя — 130 л.с. Ставка налога – 26р 00к) и 14 июля поставил его на регистрационный учет в органах ГИБДД. 30 июля передал право владения и пользования автомобилем своему брату гражданину М. Н. Сомову сроком на 3 года. Передача права владения и пользования автомобилем была произведена с соблюдением законодательства. Однако гражданин Н.Н.Сомов не уведомил соответствующий налоговый орган о том, что была произведена передача прав владения и пользования автомобилем Audi A4 другому гражданину.

Необходимо рассчитать сумму транспортного налога. Должен ли был гражданин Н.Н.Сомов ставить в известность налоговый орган о передаче прав владения и пользования автомобилем? Предусмотрена ли ответственность в случае несообщения в налоговый орган о передаче прав владения и пользования автомобилем? Кто будет плательщиком транспортного налога в текущем году: гражданин Н.Н.Сомов или гражданин М.Н.Сомов?

Задание 12. В собственности организации ООО «Альфа» имеются следующие транспортные средства: автобус с двигателем мощностью 160 л. с. Ставка налога – 14р 00к; легковой автомобиль ВАЗ-21099 с двигателем мощностью 75 л. с. Ставка налога – 4р 50к; легковой автомобиль ВАЗ-2108 с двигателем мощностью 64 л. с. Ставка налога – 4р 50к. Право владения и пользования автомобилем было передано гражданину Л. Л. Николаеву 19 июля текущего года сроком на 3 года, о чем ООО «Альфа» уведомила соответствующий налоговый орган надлежащим образом; легковой автомобиль ВМ\У 28 А1рта с мощностью двигателя 380 л. с. Ставка налога – 30р 00к. был приобретен организацией 23 марта текущего года. и зарегистрирован 26 марта; два грузовых автомобиля ГАЗ-3307 с мощностью двигателя по 200 л. с. каждый Ставка налога – 28р 00к., один из которых был продан и 6 июня текущего года снят с регистрации.

Необходимо рассчитать сумму транспортного налога, организовать аналитический учет по начислению и уплате налога в бюджет.

Литература

1.Налоговый Кодекс РФ, гл.28
2.Евстегнеева Е. Н Налоги , налогообложение и налоговое законодательство , 2017г.
3.Юткина Т.Ф Налоги и налогообложение М.: Инфра-М , 2018г .
4.Черник Д.Г Налоги Учебное пособие М. : Финансы и статистика , 2019г.

.

Практическое занятие №3

Налог на доходы физических лиц

Норма времени: 2 часа.

Цель работы: Иметь практические навыки решения практических задач, связанных с методикой и порядком расчета налога на доходы физических лиц.

Оснащение рабочего места: методические указания, индивидуальные задания

Теоретическое введение

№ п/п	Алгоритм	Выполнение задач в соответствии с алгоритмом
1	Исчисление налога на доходы физических лиц по основному месту работы:	
1.1.	Исчислить сумму районного коэффициента за месяц	$\sum к = Д \times Ст_к$, где $\sum к$ – сумма районного коэффициента; Д – доход работника в месяц; $СТ_к$ – ставка районного коэффициента – 30%
1.2.	Исчислить сумму надбавки за выслугу лет за месяц	$\sum_н = Д \times Стн$, где $\sum_н$ – сумму надбавки за выслугу лет; $СТ_н$ – размер надбавки 30%
1.3.	Исчислить сумму совокупного дохода за месяц	Дсов = Д + Ек + ЕтМ + П +Б, где Дсов - совокупный доход в месяц; М - сумма материальной помощи; П - стоимость подарка; Б - сумма, выплаченная по больничному листу.
1.4.	Исчислить сумму дохода за минусом вычетов, предусмотренных статьей 217 НК РФ за месяц	∑Д= Дсов - В, где ∑Д - сумма доходов за минусом вычетов; В - сумма вычета
1.5.	Исчислить суммы дохода с начала года	$\sum Д\ г = \sum Д_1 + \sum Д_2 + \sum Д_3 + \ldots + \sum Д_{12}$
1.6.	Исчислить суммы стандартных налоговых вычетов в месяц	$НВ = СВ_р + СВ_д \times К$, где НВ – сумма стандартного налогового вычета; $СВ_р$ – сумма стандартного вычета, причитающегося работнику в месяц;

		$СВ_д$ – сумма стандартного налогового вычета, причитающегося на 1 ребенка в месяц; К – количество детей, находящихся на иждивении работника.
1.7.	Исчислить общую сумму стандартных вычетов с начала года	$НВг = НВ_1 + НВ_2 + НВ_3 + ... + НВ_{12}$ НВг – сумма стандартного вычета с начала года (пока совокупный доход с начала года не превысил 20 000 руб.)
1.8.	Исчислить налоговую базу с начала года	НБ = ∑Д г - НВг, где НБ – налоговая база
1.9.	Исчислить налог на доходы	Н = НБ х Ст, где Н – налог на доходы физических лиц
2.	Исчисление налоговой базы и налога на доходы физического лица от долевого участия в деятельности организации (дивиденды):	
2.1.	Исчислить сумму дивидендов, распределенную в пользу физического лица налогоплательщика	Дс = Ка х Ак, где Дс - сумма дивидендов, распределенная в пользу физического лица налогоплательщика Ка – количество акций Ак – стоимость одной акции
2.2.	Исчислить налог на доходы физического лица от долевого участия в деятельности организации (дивидендов)	Нд = Дс х Ст, где Нд - налог на доходы физического лица от долевого участия в деятельности организации (дивидендов)
3.	Заполнить налоговую карточку по учету доходов и налога на доходы физических лиц за налоговый период	См.образец

Практическая часть

Вариант 1

1. Иванов И.И. в феврале получил материальную помощь в размере 1000 рублей; в ноябре к профессиональному празднику подарок стоимостью 3500 рублей; имеет на иждивении ребенка 14 лет.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 800 штук.
   Начислена в августе сумма пособия по временной нетрудоспособности за июль месяц, в сумме 2500 руб.
2. Петров П.П. в апреле получил премию в размере 1500 рублей; имеет на иждивении двух детей 7 и 12 лет. Вдовец.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 100 штук.
3. Сидорова С.С. имеет на иждивении ребенка 10 лет.

Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 10 штук.

Вариант 2

1. Иванов И.И. в марте получил материальную помощь в размере 2000 рублей; в сентябре к профессиональному празднику подарок стоимостью 2500 рублей; имеет на иждивении троих детей 5, 10, 12 лет. Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 820 штук.
   Начислена в августе сумма пособия по временной нетрудоспособности за июль месяц, в сумме 2400 руб.
2. Петров П.П. участник боевых действий в Афганистане; имеет на иждивении дочь студентку 18 лет.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 120 штук.
3. Сидорова С.С. приобрела в августе дом стоимостью 180 тыс.руб.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 120 штук.

Вариант 3

1. Иванов И.И. в январе получил материальную помощь в размере 3000 руб. лей; в июне к профессиональному празднику подарок стоимостью 2000 рублей; имеет на иждивении двух детей - дочь студентку 18 лет и временно не работающего сына 24 лет.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 850 штук. Начислена в августе сумма пособия по временной нетрудоспособности за июль месяц, в сумме 2300 руб.
2. Петров П.П. в марте получил материальную помощь в размере 1000 рублей; имеет на иждивении дочь 12 лет.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 150 штук.
3. Сидорова С.С. получила премию к 8 марта 300 рублей; имеет на иждивении дочь 18 лет - студентка.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 15 штук.

Вариант 4

1. Иванов И.И. в феврале получил материальную помощь в размере 1500 рублей; в октябре к профессиональному празднику подарок стоимостью 4000 рублей; имеет на иждивении сына 20 лет студента. Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 930 штук.
   Начислена в августе сумма пособия по временной нетрудоспособности за июль месяц, в сумме 2200 руб.
2. Петров П.П. участник ликвидации аварии Чернобыльской АЭС; в феврале получил материальную помощь в размере 1000 рублей; в августе - 2000 рублей.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 250 штук.
3. Сидорова С.С. имеет на иждивении двух детей 7 и 12лет.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 20 штук.

Вариант 5

1. Иванов И.И. в апреле получил материальную помощь в размере 2000 рублей; в августе к профессиональному празднику подарок стоимостью 3000 рублей; имеет на иждивении троих

детей 12, 15, 18 лет - учащиеся. Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 950 штук.

Начислена в августе сумма пособия по временной нетрудоспособности за июль месяц, в сумме 2100 руб.

2. Петров П.П. участник боевых действий в Чечне; имеет на иждивении двоих детей 8, 10 лет.

   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 180 штук.

3. Сидорова С.С. приобрела квартиру в марте месяце стоимостью 200 тыс.руб.

   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 30 штук.

Вариант 6

1. Иванов И.И. инвалид II группы; в марте получил материальную помощь в размере 1500 рублей; в июле к профессиональному празднику подарок стоимостью 2500 рублей; имеет на иждивении двух детей - дочь студентку 21 года.

   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 880 штук.

   Начислена в августе сумма пособия по временной нетрудоспособности за июль месяц, в сумме 2100 руб.

2. Петров П.П. в июне получил материальную помощь в размере 500 рублей; имеет на иждивении двоих детей 7 и 14 лет.

   Пакет акций, по которым выплачиваются -дивиденды, составил - 260 штук

3. Сидорова С.С. имеет на иждивении ребенка 8 лет.

   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 28 штук.

Вариант 7

1. Иванов И.И. инвалид III группы; в феврале получил материальную помощь в размере 2000 рублей; в августе к профессиональному празднику подарок стоимостью 1500 рублей; имеет на иждивении ребенка 15 лет. Вдовец.

   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 810 штук.

   Начислена в августе сумма пособия по временной нетрудоспособности за июль месяц, в сумме 2000 руб.

2. Петров П.П. Герой Советского Союза; в мае получил материальную помощь в размере 1000 рублей; имеет на иждивении ребенка 13 лет.

   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 200 штук.

3. Сидорова С.С. имеет на иждивении троих детей 2, 5, 8 лет.

   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 24 штук.

Вариант 8

1. Иванов И.И. в январе получил материальную помощь в размере 2000 рублей; в мае к профессиональному празднику подарок стоимостью 3000 рублей; имеет на иждивении троих детей 8, 12, 16 лет - учащиеся. Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 910 штук.

   Начислена в августе сумма пособия по временной нетрудоспособности за июль месяц, в сумме 1900 руб.

2. Петров П.П. инвалид II группы; в апреле получил материальную помощь в размере 2000 рублей; имеет на иждивении ребенка 17 лет - студент.

Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 260 штук.

3. Сидорова С.С. имеет на иждивении двоих детей 15 и 16 лет.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 18 штук.

Вариант 9

1. Иванов И.И. Герой Российской Федерации, в мае получил материальную помощь в размере 1000 рублей; в сентябре к профессиональному празднику подарок стоимостью 3500 рублей; имеет на иждивении двоих детей 12, 14 лет.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 1000 штук.
   Начислена в августе сумма пособия по временной нетрудоспособности за июль месяц, в сумме 1800 руб.
2. Петров П.П. в апреле получил материальную помощь в размере 1000 руб. лей; имеет на иждивении ребенка 10 лет. Одинокий родитель. В мае приобрел квартиру стоимостью 150 тыс.руб.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 100 штук.
3. Сидорова С.С. инвалид III группы; приобрела квартиру в мае месяце стоимостью 150 тыс.руб.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 20 штук.

Вариант 10

1. Иванов И.И. инвалид III группы; в апреле получил материальную помощь в размере 2000 рублей; в ноябре к профессиональному празднику подарок стоимостью 2200 рублей; имеет на иждивении ребенка 10 лет - инвалид детства.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 930 штук.
   Начислена в августе сумма пособия по временной нетрудоспособности за июль месяц, в сумме 1700.
2. Петров П.П. участник боевых действий в Афганистане; в июле получил материальную помощь в размере 2000 рублей; имеет на иждивении ребенка 21 года - студента.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 290 штук.
3. Сидорова С.С. имеет на иждивении троих детей 10, 12, 15 лет.
   Пакет акций, по которым выплачиваются дивиденды, составил - 18 штук.

Контрольные вопросы по теме занятия

1.Налог на доходы физических лиц: налогооблагаемая база, стандартные налоговые вычеты, налоговые ставки, порядок и сроки уплаты налога налоговыми агентами.

Литература

1.Налоговый Кодекс РФ, гл.23
2.Евстегнеева Е. Н Налоги , налогообложение и налоговое законодательство , 2017г.
3.Юткина Т.Ф Налоги и налогообложение М.: Инфра-М , 2018г .
4.Черник Д.Г Налоги Учебное пособие М. : Финансы и статистика , 2019г.

Практическое занятие №4

Упрощенная система налогообложения»

Цель работы: Иметь практические навыки решения задач, связанных с методикой и порядком исчисления налога при применении упрощенной системы налогообложения
Норма времени: 2 часа.
Оснащение рабочего места: методические указания, индивидуальные задания

Теоретическое введение

Упрощённая система налогообложения (УСН) — специальный налоговый режим, направленный на снижение налоговой нагрузки на субъекты малого бизнеса и среднего бизнеса, а также облегчение и упрощение ведения налогового учёта и бухгалтерского учёта. УСН введена Федеральным законом от 24.07.2002 N 104-ФЗ.

Статьёй 346.20 Налогового кодекса РФ устанавливаются следующие налоговые ставки по налогу, взимаемому в связи с применением Упрощённой системы налогообложения (УСН):

- 6%, если объектом налогообложения является доход организации,

-15%, если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов.

Расчёт единого налога по типам объекта налогообложения**:**

Доходы

Налог рассчитывается в два этапа:

- берётся % от общей величины доходов организации.

- если организация по итогам периода не оказалась в убытке, полученная прибыль уменьшается на страховые взносы и больничные (выданные за счёт организации). Причём уменьшение не должно превысить 50 % от суммы подлежащего уплате налога, если есть наёмные работники, если наёмных работников нет, то 100 % от суммы подлежащего уплате налога.[1]

С 1 января 2015 года предельный размер доходов не должен превышать 68,820 млн рублей за отчётный (налоговый) период.

Доходы минус расходы за отчётный период

1.Определяемая налоговая база = сумма учитываемых доходов — сумма учитываемых расходов за отчётный период.
2.Если налоговая база > 0, первоначальная сумма налога = налоговая база × 15 % (или льготная ставка).
3.Если налоговая база < 0, налог не уплачивается.
4.Определяется сумма налога, фактически уплаченная за предыдущие отчётные периоды.
5.Определяется сумма налога, подлежащая доплате в бюджет = первоначальная сумма налога (п. 1.1) — сумма налога, фактически уплаченная за предыдущие отчётные периоды.
6.Если сумма налога, подлежащая доплате в бюджет > 0, налог уплачивается.
7.Если сумма налога, подлежащая доплате в бюджет < 0, налог не уплачивается.

Доходы минус расходы за налоговый период

1.Определяется налоговая база = сумма учитываемых доходов — сумма учитываемых расходов за налоговый период.
2,Определяется сумма минимального налога = доходы × 1 %.
3.Если налоговая база < 0, уплате в бюджет подлежит сумма минимального налога.
4.Если налоговая база > 0, тогда:

Определяется первоначальная сумма налога = налоговая база × 15 %.

5. Если сумма минимального налога > первоначальной суммы налога, уплате в бюджет подлежит сумма минимального налога (п. 2). (Сумма авансовых платежей, фактически уплаченных за предыдущие отчётные периоды, подлежит зачёту в счёт уплаты минимального налога по заявлению плательщика).
6.Если сумма минимального налога < первоначальной суммы налога, тогда сумма налога =

первоначальная сумма налога (п. 3).
7.Определяется сумма налога, фактически уплаченная за предыдущие отчётные периоды.
8. Определяется сумма налога, подлежащая доплате в бюджет = первоначальная сумма налога — сумма налога, фактически уплаченная за предыдущие отчётные периоды.
9.Если сумма налога, подлежащая доплате в бюджет > 0, налог уплачивается.
10.Если сумма налога, подлежащая доплате в бюджет < 0, налог не уплачивается.

Законами субъектов РФ могут быть установлены дифференцированные налоговые ставки в пределах от 5 до 15 % в зависимости от категорий налогоплательщиков.

Практическая часть

ЗАДАНИЕ 1.

Компания «Золотой ключ» находится на УСН. Необходимо рассчитать сумму единого налога за 2015 г., если объектом налогообложения выбран доход, уменьшенный на величину произведенного расхода (таблица 1). По данным таблицы рассчитать сумму единого налога, подлежащую уплате в бюджет.
Таблица 1. Экономические показатели финансовой деятельности организации.

Наименование показателей	Значение показателей
1. Доходы предприятия (без НДС), руб.	1 480 000
2. Расходы, связанные с производством и реализацией, руб.	1 250 000
4. Авансовые платежи, уплаченные в течение налогового периода, руб.	30600

ЗАДАНИЕ 2.

По данным таблицы рассчитать сумму единого налога, уплачиваемому в связи с применением упрощенной системы налогообложения, если объектом налогообложения является доход.

Таблица 1. Экономические показатели финансовой деятельности организации.

Наименование показателей	Значение показателей
1. Доходы предприятия (без НДС), руб.	780 000
2. Перечислены страховые взносы на обязательное пенсионное страхование, руб.	21 100
3. Выплачены пособия по временной нетрудоспособности, руб.	8 200
3. Ставка налога, %	

Контрольные вопросы по теме занятия
Литература

1.Налоговый Кодекс РФ, гл.26.2
2.Евстегнеева Е. Н Налоги , налогообложение и налоговое законодательство , 2017г.
3.Юткина Т.Ф Налоги и налогообложение М.: Инфра-М , 2018г .
4.Черник Д.Г Налоги Учебное пособие М. : Финансы и статистика , 2019г.

Практическое занятие №5

Порядок расчета единого налога на вмененный доход

Цель работы: Иметь практические навыки решения задач, связанных с методикой и порядком исчисления единого налога на вмененный доход.

Норма времени: 2 часа.
Оснащение рабочего места: методические указания, индивидуальные задания

Теоретическое введение

Единый налог на вмененный доход (ЕНВД) — налог, вводится в действие законами муниципальных районов, городских округов, городов Федерального значения, применяется наряду с общей системой налогообложения и распространяется только на определенные виды деятельности. ЕНВД заменяет уплату ряда налогов и сборов, до 2010 года существенно сокращал и упрощал контакты с фискальными службами, подобные контакты наиболее затратны особенно для малого бизнеса.

Список облагаемых налогом объектов ограничен Налоговым кодексом:
- бытовые и ветеринарные услуги;
- услуги ремонта, техобслуживания, мойки и хранения автотранспортных средств;
- автотранспортные услуги;
- розничная торговля;
- услуги общественного питания;
-размещение наружной рекламы и рекламы на транспортных средствах;
-услуги временного размещения и проживания;
- передача в аренду торговых мест и земельных участков для торговли.

Региональные и местные власти могут вводить ЕНВД по указанным объектам, с возможностью их уточнения.

Налоговая база за месяц определяется произведением базовой доходности, значения физического показателя и коэффициента дефлятора (К1) задаваемых федеральным законодательством, а также коэффициента К2 учитывающего особенности ведения деятельности и с возможностью изменения субъектами РФ. На федеральном уровне К2 ограничен пределами не менее 0,005 и не более 1.

Налоговая ставка задаётся налоговым кодексом и составляет 15 %.

Налоговым периодом установлен квартал

Практическая часть

Задание № 1

ЗАО «Орбита» осуществляет два вида предпринимательской деятельности – ремонт часов и розничную торговлю промышленными товарными чеками, через магазин с площадью торгового зала **135** кв.м. Услуги по ремонту часов оказывают в обособленном помещении с отдельным входом. В регионе, в котором организация осуществляет деятельность, введен ЕНВД и для розничной торговли, и для бытовых услуг.

Штатная численность работников организации за налоговый период составила **25** человек, из них:

- административно-управленческий персонал – **4** человека:
- вспомогательный персонал (уборщицы) – **3** человека;
- работники, занятые оказанием услуг по ремонту часов – **5** человек;
- работники, осуществляющие розничную торговлю – **13** человек.

Сумма взносов на обязательное медицинское страхование за налоговый период составила - 29 950 руб.

Общая сумма пособий по временной нетрудоспособности, выплаченная за налоговый период составила – 3000 руб.

Исчислить сумму единого налога на вмененный доход, подлежащую уплате за налоговый период и заполнить Налоговую декларацию.

Задание №2

Предприниматель оказывает услуги населению по пошиву и ремонту одежды. Рассчитать единой налог на вмененный доход за квартал, при условии, что предприниматель имеет трех работников на пошиве одежды и двух на ремонте одежды.

Задание №3

Предприниматель оказывает услуги населению по ремонту бытовой техники. Рассчитать единой налог на вмененный доход за квартал, при условии, что предприниматель имеет 5 работников.

Задание №4

Предприниматель оказывает услуги населению по перевозки грузов. Рассчитать единой налог на вмененный доход за квартал, при условии, что предприниматель имеет 5 автомобилей.

Контрольные вопросы по теме занятия

Литература

1.Налоговый Кодекс РФ, гл.26.3
2.Евстегнеева Е. Н Налоги , налогообложение и налоговое законодательство , 2017г.
3.Юткина Т.Ф Налоги и налогообложение М.: Инфра-М , 2018г .
4.Черник Д.Г Налоги Учебное пособие М. : Финансы и статистика , 2019г.

4 Описание процедуры оценивания

Результаты обучения по дисциплине, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырёх бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущая аттестация по дисциплине проводится с целью систематической проверки достижений обучающихся. Объектами оценивания являются: степень усвоения теоретических знаний, уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, качество выполнения самостоятельной работы, учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине).

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по дисциплине результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом.

Критерии оценивания устного ответа (оценочные средства: *собеседование, устное сообщение (доклад).*

5 баллов - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим

аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

4 балла - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

3 балла – ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

2 балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценивания письменной работы

оценочные средства: *реферат, эссе, конспект, расчетно-графическая работа, письменный отчет по практическому занятию, доклад (сообщение), в том числе выполненный в форме презентации, творческое задание.*

- **5 баллов** - студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Проблема раскрыта полностью, выводы обоснованы. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

4 балла - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Проблема раскрыта. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

2 балла - работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Проблема не раскрыта. Выводы отсутствуют. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценивания тестового задания

Балльная шкала оценок тестирования:
– отлично «5» - 87-100 баллов (% баллов от максимальной возможной суммы);
– хорошо «4» - 75-86 баллов (% баллов от максимальной возможной суммы);
– удовлетворительно «3» («зачтено») - 60-74 балла (% баллов от максимальной возможной суммы);
– неудовлетворительно «2» («незачтено») - 59 и менее баллов (% баллов от максимальной возможной суммы).

Критерии выставления оценки студенту на зачете

оценочные средства*, устный опрос в форме собеседования и выполнение письменных задач, заданий, ситуаций)*

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенций
«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на продвинутом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на пороговом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже порогового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5. Примеры оценочных средств для проведения текущей аттестации

5.1 Вопросы для собеседования (устного опроса):

Экономическая сущность налогов и основы налогообложения. Функции и принципы налогообложения.

2 Сущность государственных страховых фондов на современном этапе развития РФ.
3 Налоговая система РФ. Структура и задачи Налогового кодекса РФ.
4 Страховые взносы в государственные внебюджетные фонды и его основные элементы.
5 Виды налогов и сборов в Российской Федерации и их классификация.
6 Акцизы и его основные элементы.
7 Элементы налогообложения.
8 Налог на прибыль организаций и его основные элементы.
9 Земельный налог и его основные элементы.
10 Налог на имущество физических лиц и его основные элементы.
11 Транспортный налог и его основные элементы.
12 Налог на добавленную стоимость и его основные элементы.
13 Налог на доходы физических лиц и его основные элементы.
14 Стандартные налоговые вычеты. Социальные налоговые вычеты.
15 Имущественные налоговые вычеты. Профессиональные налоговые вычеты.
16 Налог на имущество организаций и его основные элементы.
17 Упрощенная система налогообложения (УСНО) и его основные элементы.
18 Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности.

5.2 Письменные задания

1-вариант

Рассчитать транспортный налог с гражданина - владельца :

а) легкового автомобиля мощностью двигателя 110 л.с. (90 л.с., 120 л.с)
б) грузового автомобиля с мощностью двигателя 250 л.с. (120 л.с. , 230 л.с.)

2-вариант

В 1 квартале 2017г. малое предприятие ООО «Луч», работающее по УСНО осуществило следующие расходы: уплачена арендная плата за офис 19 000 рублей, расходы на оплату труда составили 60 000 руб., начислено взносов на обязательное пенсионное страхование – ? руб., они перечислены в том же отчетном периоде. Доходы составили 120 000 руб. Требуется рассчитать единый налог при УСНО при базе доходы минус расходы.

3-вариант

Определить налогооблагаемую базу и исчислить НДФЛ за отчетный налоговый период .

Гражданин Юнисов О С еще ребенком находился в Ленинграде в период блокады . В 1986 году , будучи военнослужащим , Юнисов был направлен на ликвидацию последствий катастрофы на Чернобыльской АЭС .

Ежемесячная зарплата Юнисова - 35 000 руб .
В январе 2017 г он предоставил в бухгалтерию документы . подтверждающие его право на стандартный налоговый вычет .

4-вариант

Предприниматель занимается розничной торговлей. В течение 2 квартала торговая площадь составила 120 кв. м, изменений в ее количестве было. Базовая доходность на 1 кв. метр составила 1 800 рублей, К1 – 1,148; К2-0,64. За отчетный квартал уплачены взносы на пенсионное страхование в сумме 9 200 рублей. Требуется исчислить ЕНВД к уплате.

5-вариант

Определить налогооблагаемую базу и исчислить НДФЛ за отчетный налоговый период .
В бухгалтерию организации Кононов И П подал заявление с просьбой предоставить ему стандартные налоговые вычеты на содержание одного ребенка в возрасте 13 лет .
Вместе с заявлением он предоставил документы , подтверждающие его право на эти вычеты .
В 2017 году организация ежемесячно начисляла Кононову И П зарплату в размере 26 000 руб .

6-вариант

Рассчитать транспортный налог к уплате физическим лицом за 2016 год , указать сроки уплаты налога.
Физическое лицо зарегистрировало на свое имя 7 апреля 2016 года микроавтобус мощностью 125 л.с. , а 14 мая 2016 года легковой автомобиль мощностью двигателя 150 л.с.

7-вариант

Предприниматель занимается ремонтом обуви. В мастерской работают 6 мастеров, уборщица и администратор. В течение 3 квартала изменений в количестве работников не было. Базовая доходность на одного работника 7 500 руб., К2 – 0,7; К1-1,148. За отчетный квартал уплачены взносы на пенсионное страхование в сумме 7 700 руб. Требуется рассчитать сумму ЕНВД к уплате.

8-вариант

В 1 квартале 2017г. малое предприятие ООО «Луч», работающее по УСНО осуществило следующие расходы: уплачена арендная плата за офис 39 000 рублей (в т.ч. НДС 18%), расходы на оплату труда составили 72 000 руб., начислено взносов на обязательное пенсионное страхование – ? руб., они перечислены в том же отчетном периоде. Доходы составили 121 000 руб. Требуется рассчитать единый налог при УСНО при базе доходы.

9-вариант

Определить налогооблагаемую базу и исчислить НДФЛ за отчетный налоговый период .

Ежемесячный оклад кладовщицы Сидоровой Е И составляет 20 500 руб .
Прочих доходов налогоплательщик за отчетный период не имеет .

10-вариант

Определить транспортный налог с индивидуального предпринимателя , владельца :

1. автомобиля марки ГАЗ - 24 (легковой) (мощность 105 л.с.)
2. микроавтобуса (мощность 80 л.с. ,)
3. автомобиля марки ГАЗ - 53 (грузовой) (мощность 120 л.с.)

5.3 Примеры тестовых заданий

Тест №1

Единый налог на вмененный доход

1. Организации, уплачивающие единый налог на вмененный доход, освобождаются от уплаты (налога)
1.на имущество организаций
2.на прибыль организаций
3.земельного
4.транспортного

2. Единый налог на вмененный доход по уровню управления
1.федеральный
2.региональный
3.местный
4.внебюджетный

3.Объект налогообложения по единому налогу на вмененный доход (предприятия)
1.прибыль
2.доход
3.вмененный доход
4.прочий доход

4.Ставка единого налога на вмененный доход (%)
1. 13
2.20
3. 15
4.18

5.Налоговый период по единому налогу на вмененный доход
1.год
2.квартал
3. месяц
4.декада

5. Метод налогообложения применяемый при исчислении единого налога на вмененный доход
1.прогрессивный

2. регрессивный
3. равный
4.пропорциональный

Тест №2

Упрощенная система налогообложения

1. Организации, применяющие упрощенную систему налогообложения, освобождаются от уплаты налога
1.транспортного
2. на прибыль организаций
3. на имущество организаций
4.земельного.

2. Налогоплательщик, утративший право применять упрощенную систему налогообложения вправе вновь перейти на упрощенную систему налогообложения через (месяцев)
1. 6
2. 3
3. 9
4. 12

3: Ставка единого налога при УСН, если объектом налогообложения является доход (%)
1. 13
2. 20
3. 15
4. 6

4: Ставка единого налога при УСН, если объектом налогообложения является доход уменьшенный на величину произведенных расходов (%)
1. 13
2. 20
3. 15
4. 6

5.Налоговый период по единому налогу на вмененный доход
1.год
2.квартал
3. месяц
4.декада

Тест №3

Задание 1. Решить тест, к каждому ответу дать подробные пояснения с ссылкой на законодательство.

1.Законодательство по налогам и сборам РФ включает в себя:
а) только Налоговый Кодекс РФ;
б) Налоговый кодекс РФ и федеральные законы;
в) Налоговый кодекс РФ и федеральные законы, законы субъектов РФ, нормативно-правовые акты представительных органов местного самоуправления о налогах и сборах принятых в соответствии с Налоговым кодексом РФ;

г) Налоговый кодекс РФ и федеральные законы, законы субъектов РФ, нормативно-правовые акты представительных органов местного самоуправления о налогах и сборах принятых в соответствии с Налоговым кодексом РФ постановления Правительства РФ и письма министерств и ведомств в том числе органа уполномоченного осуществлять функции по контролю и надзору в области налогов и сборов.

2.Выберите наиболее полное определение налоговой системы:

а) совокупность налогов, сборов, пошлин и других платежей;

б) совокупность установленных государством условий налогообложения;

в) совокупность налогов и сборов, взимаемых государством, совокупность принципов, форм и методов организации налогообложения, осуществления налогового контроля, а также система ответственности за нарушение налогового законодательства;

г) совокупность налогов.

3.Цель введения налогов в современном обществе – это (допускается несколько ответов):

а) покрытие государственных расходов;

б) реализация целей политики государства;

в) только регулирование экономических процессов в обществе;

г) исключительно содержание аппарата государственной власти и бюджетные сферы.

4.Для налогов характерны следующие признаки (допускается несколько ответов):

а) добровольность;

б) безвозмездность;

в) обязательность;

г) дифференцированная ставка в зависимости от социального положения.

5.Пропорциональный метод налогообложения означает, что:

а) для каждого налогоплательщика установлена равная сумма налога;

б) для каждого налогоплательщика установлена равная ставка налога;

в) с ростом налоговой базы средняя налоговая ставка возрастает;

г) с ростом налоговой базы средняя налоговая ставка снижается.

6.Налог - это:

а) обязательный, индивидуальный, безвозмездный взнос, взимаемый с организаций или физических лиц в качестве компенсации за услуги государства;

б) обязательный, индивидуальный, безвозмездный взнос, взимаемый с организаций или физических лиц в качестве целях финансового обеспечения деятельности государства и муниципальных образований;

в) обязательный, индивидуальный, безвозмездный платеж, взимаемый с организаций или физических лиц;

г) обязательный, индивидуальный, безвозмездный платеж, взимаемый с организаций или физических лиц, уплата которого является одним из условий совершения в отношении плательщиков и сборов государственными органами, органами местного самоуправления, иными уполномоченными органами и должностными лицами юридически значимых действий, включая предоставление определенных прав и выдачу разрешений.

7.Местные налоги и сборы обязательны к уплате:

а) если они установлены Налоговым кодексом РФ и соответствующими законами на территории соответствующего муниципального образования;

б) если они установлены соответствующими законодательными (представительными) органами субъекта РФ и муниципального образования;

в) во всех муниципальных образованиях РФ, если они установлены главой Налогового кодекса РФ;

г) если они установлены соответствующими законами на территории субъекта РФ.

8.При установлении законодательными (представительными) органами субъектов РФ

регионального налога налоговые льготы могут быть предусмотрены:
а) нет;
б) да;
в) да, только для определенных категорий плательщиков.

9. Местные налоги и сборы обязательны к уплате на территориях:
а) соответствующих муниципальных образований;
б) соответствующих субъектов РФ.

10. К региональным налогам относят налог:
а) на имущество организаций;
б) на добавленную стоимость;
в) водный;
г) налог на прибыль организаций.

11. К федеральным налогам относят налог:
а) на имущество физических лиц;
б) на добавленную стоимость.
в) транспортный;
г) налог на имущество организаций.

Время выполнения – 20 минут

5.4 Темы эссе (*рефератов, докладов, сообщений*)
1.Налоговая культура россиян
2.Механизм уплаты и порядок возмещения НДС
3.Проблемы на пути исчисления НДС
4.Механизм уплаты налога на прибыль
5.Проблемы на пути исчисления налога на прибыль
6.Особенности применения УСНО индивидуальными предпринимателями на основе патента.
7.Особенности исчисления налоговой базы при переходе с общего режима на упрощенную систему налогообложения и с упрощенной системы налогообложения на общий режим налогообложения.
8.Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог)

6.1 Вопросы на зачет
1. Организация расчетов с бюджетом по земельному налогу.
2. Организация расчетов с бюджетом по транспортному налогу
3. Организация расчетов с бюджетом по налогу на добавленную стоимость
4. Организация расчетов с бюджетом по акцизу.
5. Организация расчетов с бюджетом по налогу на прибыль организаций
6. Организация расчетов с бюджетом по налогу на доходы физических
7. Организация расчетов с бюджетом по налогу на имущество организаций
8. Организация расчетов с бюджетом по УСНО.
9. Организация расчетов с бюджетом по ЕНВД.
10. Организация расчетов с бюджетом по налогу на добычу полезных ископаемых
11. Организация расчетов с бюджетом по водному налогу
12. Организация расчетов с бюджетом по ЕСХН
13. Организация расчетов с внебюджетными фондами
14. Экономическая сущность налогов и основы налогообложения
15. Правила заполнения платежных поручений

16.Нормативно-правовые документы, необходимые для регистрации предприятия в ФНС и социальных внебюджетных фондах.
17.Налоговые проверки
18. Организация расчетов с бюджетом по налогу на игорный бизнес
19. Понятие государственных внебюджетных фондов. Состав государственных внебюджетных фондов
20. Организация расчетов с бюджетом по налогу на доходы физических лиц

6.2.Кейс –задачи и ситуации

Для того, чтобы раскрыть суть налоговых платежей, важно определить основные принципы налогообложения. Качества, с экономической точки зрения желательные для любой системы налогообложения, были сформулированы Адамом Смитом в работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» в форме четырех положений, ставших классическими принципами, с которыми, как правило, соглашались последующие авторы. Они сводятся к следующему:

1. Подданные государства должны участвовать в покрытии расходов правительства, каждый по возможности, то есть соразмерно доходу, которым он пользуется под охраной правительства. Соблюдение этого положения или пренебрежение им ведет к так называемому равенству или неравенству обложения.

2. Налог, который обязан уплачивать каждый, должен быть точно определен, а не произволен. Размер налога, время и способ его уплаты должны быть ясны и известны как самому плательщику, так и всякому другому.

3. Каждый налог должен взиматься в такое время и таким способом, какие наиболее удобны для плательщика.

4. Каждый налог должен быть устроен так, чтобы он извлекал из кармана плательщика возможно меньше сверх того, что поступает в кассы государства.

Принципы Адама Смита, благодаря их простоте и ясности, не требуют никаких иных разъяснений и иллюстраций, кроме тех, которые содержатся в них самих, они стали аксиомами налоговой политики.

Сегодня эти принципы дополнены в соответствии с требованиями нового времени. Современные налоговые системы национально и регионально специфичны, но налоги, как наиболее развитая форма принудительного изъятия средств, по-прежнему остаются важнейшим источником средств государства.

В чем, собственно, состоит проблема, если налоговые системы существуют уже очень давно, а их принципы столь хорошо разработаны?

Дело в том, что в самой налоговой системе как совокупности форм и методов сбора финансовых средств заложено глубокое противоречие: с одной стороны, предстоит обеспечить изъятие у субъектов экономики достаточно солидных финансовых ресурсов; с другой стороны, не допустить при том снижения их деловой активности.

По утверждению либеральных экономистов, налоговая политика достигает рациональности, если соблюдаются следующие базовые принципы:

1. Налогообложение должно быть построено так, чтобы затраты налогоплательщика, связанные с процедурой выплаты, были максимально низки – принцип дешевизны уплаты налогов.

2. Затраты государства на реализацию налогообложения были настолько низки, насколько это возможно – принцип дешевизны обложения.

3. Уплата налогов должна быть как можно менее ощутимым бременем для налогоплательщиков с тем, чтобы не ущемить их экономическую активность.

4. Налогообложение не должно быть помехой ни для внутренней, ни для внешней рациональной организации производства.

5. Процесс получения налогов должен быть организован так, чтобы он через накапливаемые финансовые средства в наибольшей степени мог способствовать реализации политики занятости.

6. Налогообложение должно влиять на распределение доходов с целю придания ему большей справедливости.

7. В процессе определения налоговой платежеспособности частных лиц и уточнения расчетов с ними следует минимально требовать предъявления сведений, затрагивающих личную жизнь граждан – принцип уважения к частной сфере жизни.

8. Следует добиваться того, чтобы комбинация налогов образовывала единую систему, в которой каждый налог имеет свою конкретную цель.

Вопросы к кейсу

1. Оцените принципы налогообложения, сформулированные А.Смитом.

2. В чем состоит основная проблема налогообложения? Попробуйте оценить ее с экономической и юридической точек зрения.

3. Какие принципы налогообложения Вы бы добавили к основополагающим, сформулированным А.Смитом?

4. Оцените предложенные базовые принципы налогообложения. Основаны ли они на принципах, сформулированных А.Смитом?

5. Как Вы считаете, возможно ли использование базовых принципов налоговой политики развитых стран в странах с переходной экономикой? Почему да или почему нет?

6. Как вы считаете, могут ли налоги воздействовать на потребительский спрос? На экономический рост в стране?

7. Каковы могут быть минимальные и максимальные налоговые ставки?

8. Каковы должны быть размеры налоговых ставок, чтобы способствовать экономическому росту?

9. Вспомните, что называется налогами, сборами, пошлинами? Соотнесите эти понятия между собой.

10. В чем заключаются основные функции налогов? Как они взаимосвязаны с принципами налогообложения?

11. Обсудите направления и инструменты налоговой политики государства. На что они могут воздействовать? Как с помощью налогов можно регулировать экономические процессы?

12. Что такое налоговая ставка? Как связана налоговая ставка и сумма налоговых поступлений в государственный бюджет?

Приложение
к рабочей программе дисциплины
ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности
МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г Уссурийске

МДК.02.02. АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

по специальности
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Уссурийск 2020

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности разработан в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) и "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования" (утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 14 июня 2013 г. N 464 г. Москва).

Составитель:
Родя Лариса Владимировна

Утверждена на заседании цикловой методической комиссии Экономических, математических, общих естественнонаучных и правовых дисциплин _____от __.__.___г., протокол № __

Председатель цикловой методической комиссии _____ Басалюк Т.Г.
подпись фамилия, инициалы

«____»_____20__г.

Председатель цикловой методической комиссии (выпускающей)
_____ Басалюк Т.Г.
Подпись фамилия, инициалы

«____»_____20__г.

1 ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ по МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

№ п/п	Код компетенции	Формулировка компетенции	Номер этапа (3)**
1.	ПК 2.2	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	
2.	ПК 2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	
3.	ПК.2.9	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.	
4.	ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	
5.	ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	
6.	ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	
7.	ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
8.	ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	
9.	ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	
10.	ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.	
11.	ОК 12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	

2 ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

<ПК2.2> <Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем>

Планируемые результаты обучения* (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	**Критерии оценивания результатов обучения****				
	1	2	3	4	5
Знает: **З1** - методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;	Отсутствие знания методологических основ анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализа деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;	Фрагментарное знание: методологических основ анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализа деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов;	Неполное знание: методологических основ анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализа деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов;	В целом сформировавшееся знание методологических основ анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализа деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов;	Сформировавшееся систематическое знание методологических основ анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализа деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов;

Умеет: **У1** составлять финансовые документы и отчеты;	Отсутствие умения составления финансовых документов и отчетов;	Фрагментарное умение составления финансовых документов и отчетов;	Неполное умение составления финансовых документов и отчетов;	В целом сформировавшееся умение составления финансовых документов и отчетов;	Сформировавшееся систематическое умение составления финансовых документов и отчетов;
Имеет практический опыт 1: оформления финансовых документов и отчетов;	Отсутствие практического опыта и умения оформления финансовых документов и отчетов;	Фрагментарное практического опыта и умения оформления финансовых документов и отчетов; оформления финансовых документов и отчетов;	Неполный практический опыт и умения оформления финансовых документов и отчетов;	В целом сформировавшийся практический опыт и умения оформления финансовых документов и отчетов;	Сформировавшийся устойчивый опыт и умение оформления финансовых документов и отчетов;
Шкала оценивания*** (соотношение с традиционными формами аттестации)	неудовлетворительно	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

<*ПК* 2.3> < Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов**>**

Планируемые результаты обучения* (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	**Критерии оценивания результатов обучения****				
	1	2	3	4	5
З2 финансирование и денежно-кредитную	Отсутствие знания основных понятий:	Фрагментарное знание основных	Неполное знание основных понятий:	В целом сформировавшееся	Сформировавшееся систематическое

политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; - сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;	финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; - сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;	понятий: финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; - сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;	финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; - сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;	знание основных понятий: финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; - сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;	знание основных понятий: финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; - сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
У2 применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;	Отсутствие умения применения методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;	Фрагментарное умение применения методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;	Неполное умение применения методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;	В целом сформировавшееся умение применения методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;	Сформировавшееся систематическое умение применения методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
Имеет практический опыт 2: анализа показателей финансово-хозяйственной	Отсутствие практического опыта анализа показателей финансово-	Фрагментарный практический опыт анализа показателей финансово-хозяйственной	Неполный рассредоточенный опыт анализа показателей финансово-	В целом сформировавшийся опыт анализа показателей финансово-	Сформировавшийся устойчивый опыт анализа показателей финансово-хозяйственной

деятельности торговой организации;	хозяйственной деятельности торговой организации;	деятельности торговой организации;	хозяйственной деятельности торговой организации;	хозяйственной деятельности торговой организации;	деятельности торговой организации;
Шкала оценивания* ** (соотношение с традиционными формами аттестации)	неудовлетворительно	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

<ПК 2.9> **<** Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.**>**

Планируемые результаты обучения* (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	**Критерии оценивания результатов обучения****				
	1	2	3	4	5
З3 анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;	Отсутствие знания	Фрагментарное знание	Неполное знание	В целом сформировавшееся знание	Сформировавшееся систематическое полное знание
У3 - анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;	Отсутствие умения	Фрагментарное умение	Неполное умение	В целом сформировавшееся умение;	Сформировавшееся систематическое умение проведения маркетинговых исследований рынка;
Имеет практический опыт 3: применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;	Отсутствие практического опыта	Фрагментарный практический опыт	Неполный рассредоточенный опыт	В целом сформировавшийся опыт	Сформировавшийся устойчивый опыт
Шкала оценивания*** (соотношение с традиционными формами аттестации)	неудовлетворительно	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

3 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	Коды компетенций и планируемые результаты обучения		Оценочные средства*	
			Наименование	Представление в ФОС
1	ПК 2.2	**Знать 1:** методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;	Тест №4,5,9,10,12 Реферат Доклад, сообщение, Теоретическое задание для дифференцированного зачета №1	Фонд тестовых заданий Темы рефератов Темы докладов, сообщений Вопросы для дифференцированного зачета
		Уметь 1: составлять финансовые документы и отчеты;	Практическое задание для дифференцированного зачета №2	Задания для дифференцированного зачета
		Иметь практический опыт 1: оформления финансовых документов и отчетов;	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по модулю ПМ. 02.	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по модулю ПМ. 02.
2	ПК 2.3	**Знать2:** финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; - сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;	Тест № Твх, 6, 7 ,8, 11 Реферат Доклад, сообщение Глоссарий Теоретическое задание для дифференцированного зачета №1	Фонд тестовых заданий Темы рефератов Темы докладов, сообщений Вопросы для дифференцированного зачета

		Уметь 2: применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;	Практическое задание для дифференцированного зачета №2	Задания для дифференцированного зачета
		Иметь практический опыт 2: анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по модулю ПМ. 02.	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по модулю ПМ. 02.
3	ПК.2.9	**Знать:** анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;	Тест № 1,2,3 Реферат Доклад, сообщение, Глоссарий, Теоретическое задание для дифференцированного зачета №1	Фонд тестовых заданий Темы рефератов Темы докладов, сообщений Вопросы для дифференцированного зачета
		Уметь: анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;	Практическое задание для дифференцированного зачета №2	Задания для дифференцированного зачета
		Иметь практический опыт 3: применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по модулю ПМ. 02.	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по модулю ПМ. 02.

4 ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

2 ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

Элементы ПМ	**Формы промежуточной аттестации**					
	1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр
УП. 02.02	-	-	-	-	*Дифференцированный зачет*	-
ПП.02.02						*Дифференцированный зачет*
ПМ.02						*Экзамен по модулю*

4 ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Промежуточная аттестация по МДК.02.02. «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» включает в себя теоретические задания, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений (см. раздел 5).

Усвоенные знания и освоенные умения проверяются при помощи тестирования, умения и практический опыт проверяются в ходе выполнения практических заданий (решения задач).

Объем и качество освоения обучающимися дисциплины, уровень сформированности дисциплинарных компетенций оцениваются по результатам текущих и промежуточной аттестаций.

5 КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1 ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1.1 Область применения комплекта оценочных средств

Комплект оценочных средств, предназначен для оценки результатов освоения МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

5.1.2 Распределение типов контрольных заданий по элементам знаний и умений, контролируемых при текущем контроле

Содержание учебного материала по программе УД	**Тип контрольного задания**					
	У1	**У2**	**У3**	**З1**	**З2**	**З3**
Раздел 2 МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности						
Раздел 1 Теория экономического анализа						
Тема 1.1 Научные основы и информационное обеспечение анализа хозяйственной деятельности (АХД)	ПР1			ТЗ1,2		ТВх
Тема 1.2 Виды анализа хозяйственной деятельности, приёмы и методы проведения анализа		ПР2	ПР3	ТЗ 3,	ТЗ4,5	
Раздел 2 Анализ хозяйственной деятельности организации						
Тема 2.1 Анализ использования материальных ресурсов организации	ПР4 ПР5					ТЗ6
Тема 2.2 Анализ трудовых ресурсов организации	ПР6					ТЗ7,8
Тема 2.3 Анализ производства и реализации продукции	ПР7				ТЗ9	
Тема 2.4 Анализ затрат	ПР8				ТЗ10	
Тема 2.5 Анализ результатов производственно- финансовой деятельности организации		ПР9				ТЗ11
Тема 2.6 Оценка финансового состояния организации			ПР10		ТЗ12	

ПР - практическая работа (или другое)

ТЗ- тест

ТВх-тест входной

5.1.3 Распределение типов контрольных заданий по элементам знаний и умений, контролируемых при промежуточной (итоговой) аттестации

Содержание учебного материала по программе УД	**Тип контрольного задания**					
	У1	**У2**	**У3**	**З1**	**З2**	**З3**
Раздел 2 МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности						
Раздел 1 Теория экономического анализа						
Тема 1.1 Научные основы и информационное обеспечение анализа хозяйственной деятельности (АХД)	ПЗ12 ЗМ1-25	ЗМ1-25	ЗМ1-25	ТЗ 11,12,29	ТЗ8	ТЗ28
Тема 1.2 Виды анализа хозяйственной деятельности, приёмы и методы проведения анализа	ЗМ1-25	ЗМ1-25	ЗМ1-25	ТЗ6	ТЗ9	ТЗ3
Раздел 2 Анализ хозяйственной деятельности организации						
Тема 2.1 Анализ использования материальных ресурсов организации	ПЗ13 ЗМ1-25	ПЗ4 ЗМ1-25	ПЗ9 ЗМ1-25	ТЗ22	ТЗ13,24,25 ,26	ТЗ19
Тема 2.2 Анализ трудовых ресурсов организации	ЗМ1-25	ЗМ1-25	ПЗ2 ЗМ1-25		ТЗ18,27	ТЗ23
Тема 2.3 Анализ производства и реализации продукции	ЗМ1-25	ПЗ15 ЗМ1-25	ПЗ1 ЗМ1-25			ТЗ20,21
Тема 2.4 Анализ затрат	ПЗ11 ЗМ1-25	ПЗ3 ЗМ1-25	ПЗ8 ЗМ1-25		ТЗ14,15	ТЗ13
Тема 2.5 Анализ результатов производственно- финансовой деятельности организации	ПЗ10 ЗМ1-25	ПЗ6,14 ЗМ1-25	ПЗ7,10 ЗМ1-25	ТЗ17	ТЗ1,2	ТЗ4,10
Тема 2.6 Оценка финансового состояния организации	ПЗ16 ЗМ1-25	ПЗ5 ЗМ1-25	ЗМ1-25	ТЗ30	ТЗ7	ТЗ5,11

ТЗ – теоретическое задание

ПЗ – практическое задание

ЗМ- практическое задание для экзамена по модулю

5.2 ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

5.2.1 Входной контроль

Раздел 2 МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности
Раздел 1 Теория экономического анализа

Тест входной
Тема: История и перспективы развития экономического анализа

1. Под резервами в анализе понимается:
a) неиспользованные возможности снижения текущих и авансируемых затрат материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
b) оценка результатов анализа;
c) максимально возможный выпуск продукции по качеству и количеству.
2. В экономической литературе принято классифицировать резервы на следующие группы:
a) народнохозяйственные, отраслевые, внутризаводские и внутрицеховые;
b) внутренние и внешние;
c) отраслевые, внутризаводские и внутрицеховые.
3. Внедрение мероприятий научно-технического прогресса, снижающих трудоемкость, улучшающих использование рабочего времени, является резервом:
a) интенсивным;
b) экстенсивным;
c) сложным.
4. Резервами повышения эффективности использования материальных и топливно-энергетических ресурсов являются:
a) улучшение использования материальных ресурсов за счет снижения норм расхода сырья, материалов, полуфабрикатов;
b) сокращение брака;
c) все выше перечисленные.
5. К скрытым резервам относят:
A) потери, вызванные неудовлетворительным состоянием оборудования, низким уровнем организации производства;
в) резервы, которые связаны с внедрением достижений НТП и передового опыта и которые не были предусмотрены планом;
c) перерасходы всех видов ресурсов по сравнению с действующими нормами.
6. К интенсивным резервам относятся:
a) повышение производительности труда;
b) рост фондоотдачи;
c) все выше перечисленные.
7. Основным требованием в поиске резервов является:
a) способ математического программирования;
b) комплектность (сбалансированность) средств труда, предметов труда и трудовых ресурсов;
c) нет правильного ответа.
8. Резервами повышения эффективности использования трудовых ресурсов являются:
a) рационализация режима труда и отдыха;
b) эстетичность рабочего места;
c) все выше перечисленные.
9. К экстенсивным резервам причисляются такие, как:
a) увеличение стоимости производственных фондов;
b) увеличение численности промышленно-производственного персонала;
c) все выше перечисленные.

10. Резервами снижения себестоимости и увеличения прибыли являются:
a) улучшение использования природных ресурсов;
b) улучшение организации производства и труда;
c) все выше перечисленные

5.2.2 Оперативный (текущий) контроль

Тест №1
Тема 1.1 Научные основы и информационное обеспечение анализа хозяйственной деятельности (АХД)

1. Понятие экономического анализа может рассматриваться:
а) как метод познания экономических процессов и явлений;
в) как самостоятельная функция в системе управления организацией;
с) как процесс сбора и обработки информации.
2. Хозяйственные процессы предприятий, социально-экономическая эффективность и конечные результаты их деятельности, складывающиеся под воздействием объективных факторов и получающие отражение через систему экономической информации – это …:
а) субъект экономического анализа;
в) объект экономического анализа;
с) предмет экономического анализа.
3. Обобщает передовой опыт в разных отраслях экономики, обогащает содержание экономического анализа в целом и отраслевого в частности. Это:
а) теория анализа хозяйственной деятельности;
в) управленческий анализ;
с) финансовый анализ.
4. Под анализом в широком плане понимается:
а) расчленение, разложение изучаемого объекта на части, на внутренние, присущие этому объекту составляющие для изучения их как отдельного целого;
в) обеспечение планомерности развития экономики предприятия и деятельности каждого его числа, определение путей достижения лучших результатов производства;
с) способ познания предметов и явлений окружающей среды, основанный на расчленении целого на составные части и изучение их во всем многообразии связей и зависимостей;
5. Какие из видов анализа применяются в науке и практике:
а) статистический;
в) экономический;
с) все выше перечисленные.
6.Что в переводе (и с какого языка) означает термин "analyris":
а) анг. "анализирую";
в) греч. "разделение";
с) итал. "осмысление".
7. К числу важнейших задач экономического анализа относят:
а) повышение научно-экономической обоснованности бизнес-планов и нормативов в процессе их разработки, выявление и изучение внутренних резервов, контроль за осуществлением требования коммерческого расчета;
в) всемерное содействие освещению проблем, связанных с повышением эффективности национального производства;
с) выявление и изучение внутренних резервов;
8. Экономический анализ как наука представляет собой систему специальных знаний, несвязанную:
а) с научным обоснованием бизнес-планов, с объективной оценкой их выполнения;
в) с выявлением только положительных факторов и количественными измерениями их действия;
с) с выявлением положительных и отрицательных факторов и количественным измерением их действия.

9. Обязательными объективными требованиями и условиями становления экономического анализа являются:
а) удовлетворение практической потребности общества;
в) на возможность управления сложными экономическими процессами, принимать оптимальные решения;
с) всё перечисленное выше.
10. Анализ результатов хозяйственной деятельности с целью определения их возможных значений в будущем является:
а) ситуационным;
в) ретроспективным;
с) перспективным.

Тест № 2:
Тема: 1.1. Информационное обеспечение экономического анализа

1. Источники информации экономического анализа классифицируются как:
а) учетные и внеучетные;
b) прямые и косвенные;
с) бухгалтерские и оперативные.
2. Документы, которые регулируют хозяйственную деятельность организации, относятся к:
а) учетным источникам;
b)внеучетным источникам;
с) все выше перечисленные.
3. Ведущую роль в информационном обеспечении анализа принадлежит:
а) статистическому учету;
b) бухгалтерскому учету;
с) материалам аудиторской проверки.
4. Основным источником фактической информации об управляемом объекте при текущем анализе служит:
а) годовая и периодическая (месячная и квартальная) отчетность;
b) данные технических служб предприятия;
с) только периодическая (месячная и квартальная) отчетность.
5. Информационное обеспечение принятия управленческих решений является сущностью:
а)управленческого учета;
b) производственного учета;
с) финансового учета.
6. К учетным источникам информации относятся:
а) хозяйственно-правовые документы;
b) решения общих собраний коллектива, совета трудового коллектива предприятия;
с) бухгалтерский учет и отчетность.
7. Требование, предъявляемое к информационному обеспечению анализа, состоящее в необходимости устранения обособленности и а)дублирования разных источников информации, является:
b)сопоставимостью информации;
с)аналитичностью информации;
d) единством информации.
8. Обоснованное распределение обязанностей по проведению анализа между отдельными исполнителями является требованием, а)предъявляемым к:
b)информационному обеспечению анализа;
с) организации экономического анализа;

d)все выше перечисленные.
9. Требование полноты, предъявляемое к организации информационного обеспечения анализа, определяется:
a)завершенностью круга информационных показателей, необходимых для проведения анализа, планирования и принятия оперативных управленческих решений по всем аспектам конкретной проблематики;
b)простотой построения, соответствием определенным стандартам представления и доступностью понимания теми категориями
c) пользователей, для которых она предназначена;
d) быстротой поступления информации к аналитику.
10. Аналитическая обработка экономической информации достаточно трудоемка и требует:
a) множества разнообразных вычислений;
b)оценок и табличной интерпретации;
c) все выше перечисленные.

Практические занятия № 1 Анализ состава и структуры годовой бухгалтерской отчетности торговой организации

Тест №3
Тема 1.2 Виды анализа хозяйственной деятельности, приёмы и методы проведения анализа

1. Из каких элементов состоит метод экономического анализа:
a) из теоретико-познавательных категорий;
в) из научного инструментария;
c) из регулятивных принципов исследования процессов функционирования экономических субъектов.
2. Принцип экономического анализа, заключающийся во всестороннем изучении экономического явления или процесса с целью объективной его оценки – это:
a) конкретность;
в) комплексность;
c) системность.
3. Критическое и беспристрастное изучение в процессе анализа хозяйственной деятельности экономических явлений и выработка обоснованных выводов выражают содержание принципа:
a) объективности;
в) научности;
c) государственного подхода.
4. Принцип анализа хозяйственной деятельности, заключающийся в превышении экономического эффекта, полученного в результате анализа, над затратами на его проведение, – это:
a) действенность;
в) системность;
c) экономичность.
5. Классические методы экономического анализа включают:
a) детерминированный факторный анализ;
в) методы финансовых вычислений;
c) кластерный анализ.
6. Методы ситуационного анализа и прогнозирования относятся к группе:
a) логических методов анализа хозяйственной деятельности;
в) классических методов экономического анализа;
c) методов теории принятия решений.

7. К числу важнейших задач, стоящих перед комплексным экономическим анализом хозяйственной деятельности следует отнести:
а). повышение научно-экономической обоснованности бизнес-планов и нормативов (в процессе их разработки);
b). определение экономической эффективности использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов (отдельно и в совокупности);
с). все выше перечисленные.
8. Предмет комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности – это…
а) исследование различных экономических показателей по сравнению с базовыми величинами и нормативными характеристиками
в) анализ производственных и экономических результатов, финансового состояния, результатов социального развития, состояния и использования основных и оборотных активов, затрат на производство и реализацию продукции, а также эффективности использования ресурсов
с) работа предприятия в целом и его структурных подразделений.
9. Изменения оптовых и розничных цен на сырье, материалы, топливо и товары, тарифов и ставок за услуги, курса доллара является:
а).объективными факторами;
в).субъективными факторами;
с).второстепенными факторами.
10.К экстенсивным факторам относятся:
а) повышение уровня производительности труда;
в) увеличение поголовья скота;
с) нет верного ответа.

Тест №4
Тема: Методические приемы экономического анализа

1. При использовании метода цепных подстановок результаты:
а) последовательность подстановки не имеет значения;
b) не зависят от последовательности подстановки факторов;
с) зависят от последовательности подстановки факторов.
2. Влияние структуры реализации на средний уровень доходности реализации определяют с помощью метода:
а) цепных подстановок;
b) процентных чисел;
с) балансовой увязки.
3. Влияние элементов товарного баланса на объем реализации можно определить с помощью метода:
а) цепных подстановок;
b) процентных чисел;
с) балансовой увязки.
4. Анализ изменения показателей, экономических явлений и процессов начинается с использования:
а) количественных величин;
b) абсолютных величин;
с) относительных величин.
5. Влияние факторов первого порядка на уровень рентабельности продаж определяют:
а) способом цепных постановок;
b) способом долевого участия;

c) индексным способом.
6. При факторном анализе коэффициента текущей ликвидности (оборотные активы / краткосрочные обязательства) используется метод:
a) цепных подстановок;
b) процентных чисел;
c) абсолютных разниц.
7. Широко используется в бухгалтерском учете, статистике и планировании:
a) метод долевого участия;
b) метод балансовой увязки;
c) метод цепных подстановок.
8. Если обобщающий экономический показатель представляет собой произведение количественного (экстенсивного) и качественного показателей-факторов, то при определении влияния количественного фактора, качественный показатель фиксируется:
a) на уровне отчетного периода;
b) на уровне базисного периода;
c) берется средняя величина.
9. Способ цепных подстановок имеет существенный недостаток:
a) количественная оценка влияния факторов не зависит от последовательности проведения подстановок;
b) каждая подстановка связана с отдельным расчетом;
c) количественная оценка влияния факторов во многом зависит от последовательности проведения подстановок.
10. Влияние структуры реализации на средний уровень ее доходности определяют с помощью метода:
цепных подстановок;
процентных чисел;
балансовой увязки.

Тест №5
Тема: Виды экономического анализа

1. По признаку времени экономический анализ классифицируется на:
a) перспективный и ретроспективный;
b) оперативный и итоговый;
c) прогнозный и итоговый.
2. Анализ результатов хозяйственной деятельности с целью определения их возможных значений в будущем является:
a) итоговым;
b) ретроспективным;
c) перспективным.
3. По субъектам (пользователям анализа) экономический анализ делится на:
сплошной и выборочный;
внутренний и внешний;
управленческий и финансовый.
4. Текущий (ретроспективный) анализ выявляет:
a) потерянные возможности роста эффективности производства;
b) резервы, по которым своевременно принимается решение;
c) перспективы развития.
5. По объектам управления, выражающим содержание или характер управляемых процессов, анализ подразделяется на:

a) функциональный, технический, экономический;
b) функциональный, технический, экономический, социальный;
c) функциональный, технический, экономический, социальный, экологический.
6. Предварительный анализ осуществляется:
a) до совершения хозяйственных операций;
после совершения хозяйственных операций;
во время хозяйственных операций.
7. Для обоснования управленческих решений и плановых заданий необходим:
a) итоговый анализ;
b) предварительный анализ;
c) последующий анализ.
8. Какой вид анализа применяется для решения задач стратегического управления:
оперативный анализ;
комплексный экономический анализ;
текущий анализ.
9. При ежедекадной оценке состояния платежной и расчетной дисциплин по данным первичного учета проводится анализ:
a) финансовый;
b) оперативный;
c) сравнительный.
10. По охвату изучаемых объектов экономический анализ классифицируется на:
сплошной и выборочный;
сплошной, выборочный и оперативный;
выборочный, оперативный и текущий.

Практические занятия № 2 Практическое применение способов и приёмов анализа в решении производственных задач.
Практические занятия № 3 Использование факторных методов анализа

Раздел 2 Анализ хозяйственной деятельности организации

Тест № 6
Тема 2.1 Анализ использования материальных ресурсов организации

1. Что относится к нормируемым оборотным средствам:

а) материалы
б) денежные средства
в) незавершенное производство
г) дебиторская задолженность
д) расходы будущих периодов
е) готовая продукция

2. Чем определяется размер оборотных средств, необходимых предприятию:

а) нормативом
б) нормой
в) системой снабжения
г) условиями развития производства

3. Что такое норма запаса:

а) величина денежных средств, необходимая предприятию
б) установленная мера оборотных средств, в днях

в) плановая величина затрат на изделия

4. Производственные запасы делятся на:

а) финансовые
б) транспортные
в) технологические
г) трудовые
д) страховые

5. Транспортный запас определяется как отношение:

а) средних остатков товароматериальных ценностей в пути к количеству дней в квартале
б) средних остатков товароматериальных ценностей в пути к однодневному расходу материалов
в) расхода материальных ценностей за квартал к количеству дней в квартале

6.Страховой запас:

а) рассчитывается статистическим путем
б) величина постоянная
в) зависит от времени разгрузки, сортировки и т.п.

7.Материалоотдача рассчитывается следующим образом:

а) материальные затраты: объем товарной продукции
б) объем товарной продукции: материальные затраты
в) объем товарной продукции: материалоемкость

8. Факторы первого порядка, влияющие на материалоемкость:

а) количество изделий
б) цена одного изделия
в) норма запаса материала
г) норма расхода материала
д) величина технологического запаса
е) цена на материал

9. Показатели эффективности использования материальных ресурсов:

а) материалоотдача
б) величина материальных затрат
в) материалоемкость
г) объем продукции
д) коэффициент использования материалов

10. Причины образования сверхнормативных запасов:

а) недостаточная обоснованность норм
б) несоблюдение нормативов
в) образование страхового запаса
г) длительность технологического цикла

Практические занятия № 4 Оценка состава и эффективности использования основных средств организации

Практические занятия № 4 Оценка состава и эффективности использования основных средств организации

Тест № 7

Тема 2.2 Анализ трудовых ресурсов организации

1. Что понимается под «трудовыми ресурсами» предприятия:

а) всех желающих участвовать в трудовом процессе +
б) работающих в основных цехах
в) всех тех, кто участвует в трудовом процессе

2. Промышленно-производственный персонал предприятия объединяет:
а) весь персонал, основных и вспомогательных цехов предприятия
б) весь персонал, связанный с промышленным производством +
в) весь персонал, работающий на промышленном предприятии
3. Повременная оплата труда применяется в случае:
а) если отсутствуют количественные показатели выработки +
б) если отсутствуют качественные показатели выработки
в) если рабочий отказывается от применения сдельной оплаты труда
4. Трудоемкость определяет:
а) затраты рабочего времени на производство единицы продукции +
б) количество продукции высшего качества
в) количество продукции производимой в единицу времени
5. Явочная численность работающих учитывает:
а) работающих вспомогательных цехов
б) штат работающих занятых в основном производственном процессе
в) штат работающих ежедневно выходящих на работу в данные сутки +
6. Списочная численность работающих учитывает:
а) штат работающих занятых в основном производственном процессе
б) весь штат работающих числящихся на предприятии +
в) работающих основных и вспомогательных цехов
7. Коэффициент списочного состава определяется:
а) отношением числа дней работы работника к числу дней работы предприятия
б) отношением явочной численности к списочной
в) отношением списочной численности к явочной +
8. Показатели эффективности использования трудовых ресурсов:
а) выработка, трудоемкость +
б) рентабельность производства
в) оборачиваемость, коэффициент списочного состава
9. От чего в большей степени зависит производительность труда на рабочем месте:
а) от величины заработной платы, престижности работы, количества работников
б) от медицинского обслуживания и оздоровительных мероприятий
в) от наличия заказов, спроса и цен на продукцию, объема сбыта +
10. Повременная оплата труда применяется в случае:
а) если рабочий отказывается от применения сдельной оплаты труда
б) если рабочий не может оказывать непосредственного влияния на увеличение выпуска продукции +
в) если отсутствуют качественные показатели выработки

Практические занятия № 6 ***Оценка движения и эффективности использования кадров организации***

Тест № 8

Тема 2.2 Анализ трудовых ресурсов организации

1 Работники, которые непосредственно связаны с производством и его обслуживанием
а)промышпленно-производственный персонал
б)непромышленный персонал
с) основной персонал
д) активный персонал

2 Работники, которые непосредственно не связаны с производством и его обслуживанием
а) промышленно-производственный персонал
б)непромышленный персонал
с)основной персонал
д)активный персонал
3 Работники предприятия, непосредственно занятые созданием материальных ценностей илиоказанием производственных и транспортных услуг
а)рабочие
б)специалисты
с)служащие
д) руководители
4 Работники предприятия, занятые инженерно-техническими, экономическими, юридическими видами деятельности
а)Рабочие
б)Специалисты
с)Служащие
д)Руководители
5 Работники предприятия, осуществляющие подготовку и оформление документации, хозяйственное обслуживание и делопроизводство
а)Рабочие
б)Специалисты
с)Служащие
д)Руководители
6 Работники предприятия занимающие должности руководителей различных структурных единиц
а)Рабочие
б)Специалисты
с)Служащие
д)Руководители
7 Затраты рабочего времени на производство единицы продукции
а)Трудоемкость
б)Скорость труда
с)Эффективность труда
д)Коэффициент выработки
8 Это трудоемкость отражает затраты труда всех категорий промышленно-производственного персонала
а)Производственная трудоемкость
б)Технологическая трудоемкость
с)Полная трудоемкость
д)Трудоемкость обслуживания
9 Выраженное в процентах отношение числа уволенных по собственному желанию работников за определенный период времени к их среднесписочной численности за этот же период
а)Перемещение кадров
б)Текучесть кадров
с)Диаграмма увольнения
10 Выраженное в процентах отношение числа уволенных по собственному желанию работников за определенный период времени к их среднесписочной численности за этот же период
а)Перемещение кадров
б)Текучесть кадров
с)Диаграмма увольнения
11 Величина, отражающая сложность труда и квалификацию работника

а)тарифная ставка
б)тарифный разряд
с)тарифная сетка
д)тарифная система
12 Совокупность тарифных разрядов работ (профессий, должностей), определенных в зависимости от сложности работ и квалификационных характеристик работников с помощью тарифных коэффициентов.
а)тарифная ставка
б)тарифный разряд
с)тарифная сетка
д)тарифная система
13 Величина, отражающая уровень профессиональной подготовки работника
а)квалификационный разряд
в)тарифный разряд
с)тарифная ставка
д)тарифная система
14 Эта оплата начисляется исходя из числа отработанных часов и квалификации работника, определенной с помощью тарифной ставки или должностного оклада
а)тарифная система
б)сдельная оплата
с)повременная оплата
д)премирование труда
15 Установленная в законодательном порядке продолжительность рабочего дня, в течение которого персонал обязан выполнять порученную ему работу.
а)рабочее время
в)время работы
с)время перерывов
д)время отдыха
16 Часть рабочего времени, в течение которого выполняется определенная работа
а)рабочее время
б)время работы
с)время перерывов
д)время сна
17 Условия с оптимальными физическими, умственными, нервно-эмоциональными нагрузками, отличаются высокой работоспособностью и производительностью труда
а)комфортные
в)нормативные
с)экстремальные
д)неблагоприятные
18 Условия в пределах требований санитарным нормам, стандартам безопасности, физиологическим нормативам, не оказывают влияние на снижение работоспособности или отклонения в здоровье:
а)комфортные
б)нормативные
с)экстремальные
д)неблагоприятные
19 Оплата труда исходя из фактически выполненного объема работ в натуральных измерителях
а)тарифная система
б)сдельная оплата
с)повременная оплата

д)премирование труда

Тест №9
Тема 2.3 Анализ производства и реализации продукции

1. Целями анализа производства и реализации продукции являются:
а) оценка результатов ПХД;
б) оценка эффективности использования основных производственных фондов;
в) анализ результатов и хода выполнения производственной
программы с целью прогнозирования возможных результатов;
г) оперативное воздействие на ход производственного процесса;
д) все вышеперечисленное.
2. Анализ производства и реализации продукции включает:
а) анализ производства продукции;
б) анализ реализации продукции;
в), анализ остатков готовой нереализованной продукции;
г) анализ факторов и резервов возможного увеличения производства и реализации продукции;
д) все вышеперечисленное.
3. Производственная мощность предприятия— это:
а) максимально возможный годовой объем производства продукции при наиболее эффективном использовании ресурсов;
б) минимально возможный годовой объем производства продукции при менее эффективном использовании ресурсов;
в) средний арифметический годовой объем производства продукции при наиболее эффективном использовании ресурсов.
4. Товарная продукция представляет собой:
а) количество изделий, работ и услуг, которые находились в отчетном периоде в производстве, несмотря на уровень их готовности;
б) количество изделий, произведенных в отчетном периоде и предназначенных к реализации;
в) количество изделий, полностью законченных в производстве, предназначенных для реализации и переданных на склад готовой продукции.
5. Реализованная продукция представляет собой:
а) продукцию, оформленную и отгруженную покупателю не зависимо от оплаты;
б) количество изделий, за которые поступили денежные средства в кассу или на расчетный счет, чеки или векселя;
в) продукцию, право собственности по которой перешло по
купателю;
в) все вышеперечисленное.
6. Последствия невыполнения договорных обязательств по по
ставкам продукции могут привести к:
а) недополучению прибыли;
б) увеличению условно-постоянных расходов в себестоимости продукции;
в) уменьшению условно-постоянных расходов в себестоимости продукции;
г) расходам по уплате санкций.
7. Общую оценку активности предприятия по производству и
реализации продукции можно дать на основе:
а) количества заказов в расчете на одного клиента;
б) оборота, приходящегося на заказ;
в) оборота, приходящегося на одного сотрудника предприятия;
с) удельного веса остатков нереализованной продукции в общем обороте;

д) все вышеперечисленное.
8. Коэффициент выполнения плана по ассортименту рассчитывается как:
а) отношение фактического выпуска продукции к плановому;
б) отношение фактического выпуска в пределах плана к плановому выпуску;
в) отношение максимального значения из фактического вы
пуска и планового к плановому выпуску.
9. При анализе брака на предприятии используют показатель:
а) производственной себестоимости всего объема продукции;
б) себестоимость окончательного брака;
в) удельный вес окончательного брака в производственной себестоимости продукции;
г) потери от брака.
10. Под ритмичностью производства и реализации продукции понимают:
а) выпуск продукции в соответствии с плановым заданием;
б) способность предприятия осуществлять одинаковый выпуск продукции за равные промежутки времени;
в) все вышеперечисленное.
11. Должен ли учитываться сезонный фактор в планировании производства и реализации:
а) должен;
б) не должен.
12. По стадиям кругооборота продукции факторы увеличения
объема производства и реализации продукции подразделяются на:
а) организационно-технические и экономические;
б) факторы средств труда, предметов труда и самого труда;
в) факторы сферы производства и внепроизводственные факторы.
13. Скрытые резервы увеличения объема производства и реализации продукции связаны:
а) с ликвидацией потерь рабочего времени, сверхплановых отходов, укомплектованием предприятия необходимым оборудованием;
б) со снижением трудоемкости производства, норм расхода материалов, применением более производительных видов оборудования;
в) со всем вышеперечисленным.
14. Факторы реализации и направления поиска резервов в сфере обращения готовой продукции заключаются:
а) в ликвидации излишних запасов;
б) в снижении остатков товаров, отгруженных и не оплаченных в срок;
в) в ускорении темпов отгрузки, реализации и доставки продукции;
г) во всем вышеперечисленном.

Практические занятия № 7 Оценка ассортимента и объемов производства организации

Тест № 10
Тема 2.4 Анализ затрат

1. Себестоимость продукции (работ, услуг) – представляет собой
а) натуральную оценку используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на её производство и реализацию
б) стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на её производство и реализацию
2. Что включают в себестоимость продукции:

а)затраты на оплату труда;

б) затраты на утилизацию

с)затраты, связанные с использованием природного сырья;

д)затраты некапитального характера, связанные с совершенствованием технологии и организации производства, а также с улучшением качества продукции;

3. В зависимости от места возникновения затрат в хозяйственной деятельности предприятия различают себестоимость:

а) плановую, расчётную и отчётную (фактическую)

б) цеховую, производственную и полную себестоимость

с) основную и вспомогательную

4. Производственная себестоимость - это

а)затраты цеха на изготовлении продукции

б)сумма производственных затрат цеха и общезаводских расходов, которые включают расходы по управлению предприятием

с) затраты на производство и реализацию продукции

5. Под цеховой себестоимостью понимаются

а)затраты цеха на изготовлении продукции

б)сумма производственных затрат цеха и общезаводских расходов, которые включают расходы по управлению предприятием

с) затраты на производство и реализацию продукции

6. Полная себестоимость промышленной продукции – это

а) затраты цеха на изготовлении продукции

б) сумма производственных затрат цеха и общезаводскихрасходов, которые включают расходы по управлению предприятием

с) затраты на производство и реализацию продукции

7. Плановая себестоимость отражает

а) технико-экономические расчёты по обоснованию проектов внедрения достижений научно-технического прогресса;

б) максимально допустимую величину затрат и включает только те затраты, которые при данном уровне техники и организации производства являются для предприятия необходимыми;

с) реальные затраты на производство и реализацию продукции.

8. Фактическая себестоимость отражает

а) технико-экономические расчёты по обоснованию проектов внедрения достижений научно-технического прогресса.

б) максимально допустимую величину затрат и включает только те затраты, которые при данном уровне техники и организации производства являются для предприятия необходимыми

с) реальные затраты на производство и реализацию продукции

9. Расчетная себестоимость отражает

а)технико-экономические расчёты по обоснованию проектов внедрения достижений научно-технического прогресса;

б) максимально допустимую величину затрат и включает только те затраты, которые при данном уровне техники и организации производства являются для предприятия необходимыми;

с) реальные затраты на производство и реализацию продукции

10. Классификация по степени однородности затрат выделяет следующие затраты:

а)основные и вспомогательные

б)основные и накладные

с) элементарные и комплексные

11. Классификация по способам включения в себестоимость выделяет следующие затраты:

А) основные и вспомогательные

Б)основные и накладные

С) прямые и косвенные

12. Классификация по виду производства выделяет следующие затраты:

а)основные и вспомогательные

б)основные накладные

с)элементарные и комплексные

13. Классификация по степени участия в процессе производства выделяет следующие затраты:

а) основные и вспомогательные

б)основные и накладные

с) элементарные и комплексные

14. Группировка затрат по экономическим элементам _____ для исчисления себестоимости единицы продукции

а) непригодна

б) пригодна

15. При калькулировании себестоимости единицы отдельных видов продукции применяется группировка затрат

а) по экономическим элементам

б) по калькуляционным статьям

16. К сырью и материалам относят:

а) сырье и основные материалы

б)топливо, используемое в технологическом процессе

с) все виды энергии

17. Прямые затраты - это расходы,

а) связаны с работой цеха или предприятия в целом

б) связанные с производством отдельных видов продукции, которые могут быть включены в их себестоимость.

18. Косвенные затраты

а) связаны с работой цеха или предприятия в целом;

б) связанные с производством отдельных видов продукции, которые могут быть включены в их себестоимость.

19. Какие затраты изменяются при уменьшении объема производства

а) условно переменные

б)условно-детерминированное

с) условно-постоянные

20. Сырье и заработная плата относится к затратам

а)условно переменным

б)условно-детерминированным

с) условно-постоянным

21. Что определяет общий объем затрат на выпуск всей продукции

а)смета

б) процессный подход

с) отчет

22. Смета затрат рассчитывается _____ внутризаводской оборот

а) учитывает

б) суммирует

с) не учитывает

23. Управление затратами на производство и реализацию продукции осуществляется с целью

а)изыскания резервов снижения себестоимости продукции

б)максимизации прибыли предприятия

с) контроля и наказания

24. Маржинальный анализ учитывает показатели

а)издержки
б) объем производства продукции
с) прибыль
д) заработная плата
е) амортизация
25. Маржинальный анализ базируется на современной системе учета себестоимости
а) «директ – костинг »
б) «контроль-костинг»
с) «софт-костинг»
Практические занятия № 8 Оценка затрат на производство и реализацию продукции

Тест № 11
Тема 2.5 Анализ результатов производственно - финансовой деятельности организации

1. Методика финансового анализа состоит из следующих блоков анализа:
а) трудовых ресурсов
б) финансовых результатов+
с) издержек на производство
д) финансового состояния+
е) рынка товаров и поведения предприятия
ж) эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия
2. Получение самых важных характеристик, показывающих объективную картину финансового состояния компании, ее убытков и прибылей, произошедших изменений в структуре активов и пассивов, а также в расчетах с кредиторами и дебиторами называется:
(ответ: целью финансового анализа).
3. Финансовый анализ является элементом анализа:
а) инвестиционного
б) управленческого
с) финансового состояния
д) экономического+
4. Соответствие целей видам анализа:

1) Информационно-аналитическое обеспечение руководства предприятия 2) Информационно-аналитическое обеспечение внешних пользователей	A) финансовый B) налоговый C) маркетинговый D) управленческий

Ответ: 1D, 2A
5. Основной метод аналитического чтения финансовых отчетов:
а) дедукция+
б) индукция
с) аналогия
д) синтез
6. Соответствие классификационных признаков методам финансового анализа:

1) По содержанию и полноте рассматриваемых вопросов 2) По содержанию процесса менеджмента	A) перспективный, ретроспективный, оперативный B) горизонтальный (динамический), вертикальный (структурный) C) полный, локальный, тематический D) сплошной, выборочный

Ответ:1C, 2A

7. Соответствие видов приемов количественным методам финансового анализа:

1) Темпы роста 2) Дифференцирование	A) статистические B) экономико-математические C) бухгалтерские D) управленческие

Ответ: 1 A, 2B

8. Типы моделей, используемые в финансовом анализе:

а) мультипликативные+

б) статические

с) гибкие

д) аддитивные+

е) кратные+

9. Величина основного капитала предприятия определяется как:

а) сумма по статье «Основные средства»

б) итог 1 раздела «Внеоборотные активы» баланса+

с) итог 2 раздела «Оборотные активы» баланса

д) итог 3 раздела «Капитал и резервы» баланса

е) валюта баланса

10. Имущественное состояние предприятия оценивается с помощью коэффициента:

а) платежеспособности

б) фондоотдачи+

с) выработки

д) издержкоемкости.

9. Функции финансового анализа:

а) объективная оценка эффективности и деловой активности объекта анализа+

б) налаживание процесса взаимодействия между подразделениями предприятия

с) определение и мобилизация резервов улучшения финансовых результатов+

д) установление взаимосвязей между показателями объема производства и используемыми ресурсами

10. Основной источник информации для финансового анализа:

а) учетная политика

б) управленческая отчетность

с) учетные регистры

д) договоры

5) бухгалтерская отчетность+

11. Соответствие между видами анализа основных средств и коэффициентами:

1) Оценка эффективности использования 2) Оценка движения	A) коэффициент ликвидации B) фондоемкость C) коэффициент годности D) коэффициент износа

Ответ: 1B, 2A

12. Отношение остаточной стоимости основных средств к их первоначальной стоимости характеризует коэффициент:

а) поступления

б) обновления

с) выбытия

д) ликвидации

е) годности+

ж) износа

13. На изменение фондоотдачи влияют факторы:

а) активная часть основных фондов+
б) среднесписочная численность
с) выпуск продукции+
д) выработка
14. Рост материально-производственных запасов и товаров свидетельствует о:
а) снижении производственного потенциала предприятия
б) эффективной инвестиционной политике
с) наращивании производственного потенциала+
д) снижении эффективности производства
15. Показатель фондоотдачи определяется как:
а) произведение средней первоначальной стоимости основных средств и объема выпуска продукции
б) отношение объема выпуска продукции к средней первоначальной стоимости основных средств+
с) отношение средней первоначальной стоимости основных средств к объему выпуска продукции
д) произведение средней первоначальной стоимости основных средств и выработки 1 работника
16. К ускорению оборачиваемости оборотного капитала приводит:
а) замедление сроков погашения платежей
в) сокращение сроков погашения платежей+
с) увеличение оборотного капитала
д) уменьшение выручки от продаж
17. Показатель дебиторской задолженности, характеризующий скорость превращения в денежные средства, называется:
а) оборачиваемость+
б) платежеспособность
с) устойчивость
д) рентабельность
Практические занятия № 9 Анализ состава и структуры прибыли организации

Тест № 12
Тема 2.6 Оценка финансового состояния организации

1. Представляет собой систему финансово-экономических отношений, которые возникают в процессе кругооборота основного капитала и оборотных средств в сфере производства и обращения, образования и использования денежных доходов и фондов денежных ресурсов
а)Финансовое состояние предприятия
б)Финансовая устойчивость
в)Финансирование коммерческого предприятия
г)Финансовый план коммерческого предприятия
2. Принцип который означает внесение получателями кредита определенной платы за временное пользование для своих нужд денежными средствами
а) возвратность
б) срочность
в) обеспеченность
г) платность
3.Кредитование предприятия может быть
а)краткосрочным (до 0,5 года)
б)краткосрочным (до 1 года)
в) долгосрочным (от 2 до 5 лет)
г)стратегическим (свыше 5 лет)
4.Отражает платежеспособность:

а)Ликвидность предприятия
б)Финансовое состояние предприятия
в)Финансовая устойчивость
г)Финансовый план
5 Отношение собственного капитала к сумме активов (валюта баланса)
а)коэффициент автономии
б)коэффициент маневренности
в)коэффициент текущей ликвидности
г)коэффициент быстрой или критической ликвидности
6.Высоколиквидные активы (денежные средства и краткосрочные финансовые вложения), отнесенные к краткосрочным обязательствам.
а)коэффициент автономии
б) абсолютной ликвидности
в)коэффициент текущей ликвидности
г)коэффициент быстрой или критической ликвидности
7. Выполняет функции обеспечения предприятий денежными ресурсами, распределения денежных доходов, контроля и стимулирования:
а)Финансовое состояние предприятия
б)Финансовая устойчивость
в)Финансирование коммерческого предприятия
г)Финансовый план коммерческого предприятия
8. Принцип который означает, что кредит должен быть возвращён в строго определённый срок:
а) возвратность
б) срочность
в) обеспеченность
г) платность
9. Принцип который означает, что ссуда должна предоставляться только тем хозорганам, которые в состоянии его своевременно вернуть:
а) возвратность
б) дифференцированность
в) обеспеченность
г) платность
10. Высоколиквидные активы (денежные средства и краткосрочные финансовые вложения), отнесенные к краткосрочным обязательствам
а) коэффициент автономии
б) коэффициент абсолютной ликвидности
в) коэффициент текущей ликвидности
г)коэффициент быстрой или критической ликвидности
11.Отражает в денежной форме баланс доходов и расходов
а) Финансовое состояние предприятия
б) Финансовая устойчивость
в) Финансирование коммерческого предприятия
г) Финансовый план коммерческого предприятия
12.Принцип кредитования представляет собой необходимую форму достижения возвратности кредита
а) возвратность
б) срочность
в) обеспеченность
г) платность

13. Оборотные активы плюс дебиторская задолженность, со сроком погашения до 12 месяцев, отнесенные к краткосрочным обязательствам;
а)коэффициент автономии
б) абсолютной ликвидности
в)коэффициент текущей ликвидности
г)коэффициент быстрой или критической ликвидности
14.Отношение оборотных активов к краткосрочным обязательствам (краткосрочные кредиты и займы, включая краткосрочную кредиторскую задолженность)
а) коэффициент автономии
б) коэффициент абсолютной ликвидности
в) коэффициент текущей ликвидности
г) коэффициент быстрой или критической ликвидности
15. Отношение собственных оборотных средств (собственный капитал минус внеоборотные активы) к собственному капиталу:
а)коэффициент автономии
б)коэффициент маневренности
в)коэффициент текущей ликвидности
г)коэффициент быстрой или критической ликвидности

Практические занятия № 10 Оценка вероятности банкротства организации

Укажите правильный ответ, (ответы).

Критерии оценки:
Критерием оценки является уровень усвоения студентом материала, предусмотренного программой дисциплины, что выражается количеством правильных ответов на предложенные тестовые задания.
При верных ответах на:
менее 60% тестовых заданий – оценка 2(неудовлетворительно);
60%-74% тестовых заданий – оценка 3 (удовлетворительно);
75%-94% тестовых заданий – оценка 4 (хорошо);
95%-100% тестовых заданий – оценка 5(отлично).

Критерии оценки

№	Баллы*	%%	Описание
5	5	95-100	Полных и правильных ответов
4	4	75-94	Полных и правильных ответов
3	3	60-74	Полных и правильных ответов
2	2	менее 60	Полных и правильных ответа
1	1	менее 60	Полных и правильных ответа

* Могут быть изменены при условии сохранения пропорций.

5.2.3 Задания для проведения Дифференцированного зачета

ЗАДАНИЕ *(теоретическое)* **№ 1**

Текст задания: Раскрыть понятие и сущность основных определений.
Условия выполнения задания:

1. Максимальное время выполнения задания: 30 мин.
2. При выполнении данного теоретического задания необходимо ссылаться на действующие нормативные документы.

Вариант № 1
Проверяемые результаты обучения - 32
1Охарактеризуйте порядок и последовательность расчета и анализа показателей финансовой устойчивости. Дайте классификацию типов финансовой устойчивости предприятия.

Вариант № 2
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Охарактеризуйте порядок анализа оборачиваемости оборотных средств.

Вариант № 3
Проверяемые результаты обучения - 33
1 Охарактеризуйте порядок анализа дебиторской и кредиторской задолженности.

Вариант № 4
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Раскройте понятие, сущность рентабельности как обобщающего показателя эффективной деятельности предприятия. Охарактеризуйте порядок анализа прибыльности и рентабельности деятельности предприятия.

Вариант № 5
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Раскройте понятие, сущность: факторный анализ прибыли (Ф. №2).

Вариант № 6
Проверяемые результаты обучения - 31
1 Охарактеризуйте порядок построения и анализа баланса на ликвидность.

Вариант № 7
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Охарактеризуйте порядок расчета и анализа коэффициентов ликвидности.

Вариант № 8
Проверяемые результаты обучения - 32

1 Раскройте понятие, сущность и содержание предмета и метода анализа хозяйственной деятельности.

Вариант № 9
Проверяемые результаты обучения - 32
1. Раскройте понятие и содержание организации анализа хозяйственной деятельности на предприятии.

Вариант № 10
Проверяемые результаты обучения - 33
1 Охарактеризуйте порядок анализа состава, движения и состояния основных фондов.

Вариант № 11
Проверяемые результаты обучения - 33
1 Охарактеризуйте порядок анализа поступления и выбытия основных средств.

Вариант № 12
Проверяемые результаты обучения - 31
1 Охарактеризуйте порядок построения и анализа сравнительного аналитического баланса.

Вариант № 13
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Охарактеризуйте порядок анализа обеспеченности основными фондами.

Вариант № 14
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Анализ затрат на производство продукции по статьям калькуляции.

Вариант № 15
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Раскройте понятие и содержание: задачи и источники анализа себестоимости продукции. Классификация затрат на производство. Виды себестоимости.

Вариант № 16
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Охарактеризуйте порядок анализа затрат на производство продукции по элементам затрат (смета затрат на производство).

Вариант № 17
Проверяемые результаты обучения - 31
1 Охарактеризуйте задачи, источники и виды анализа финансовой деятельности предприятия.

Вариант № 18
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Охарактеризуйте факторный анализ производства и реализации (влияние факторов труда, оборудования и материалов).

Вариант № 19
Проверяемые результаты обучения - 33
1 Охарактеризуйте порядок анализа использования основных средств.

Вариант № 20
Проверяемые результаты обучения - 33
1 Охарактеризуйте порядок анализа выполнения производственной программы по качеству продукции.

Вариант № 21
Проверяемые результаты обучения - 33
1 Охарактеризуйте порядок анализа выполнения производственной программы по ритмичности выпуска.

Вариант № 22
Проверяемые результаты обучения - 31
1 Раскройте значение фактора трудовых ресурсов в производственной деятельности.Опишите задачи и источники анализа трудовых ресурсов. Охарактеризуйте порядок анализа численности работающих на предприятии. Охарактеризуйте порядок анализа движения рабочей силы.

Вариант № 23
Проверяемые результаты обучения - 33
1 Охарактеризуйте порядок анализа производительности труда.

Вариант № 24
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Опишите задачи и источники анализа материальных ресурсов. Охарактеризуйте порядок анализа обеспеченности выполнения производственной программы материальными ресурсами.

Вариант № 25
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Охарактеризуйте порядок анализа выполнения производственной программы по ассортименту.

Вариант № 26
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Охарактеризуйте порядок анализа фондоотдачи.

Вариант № 27
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Охарактеризуйте порядок анализа элемента затрат «Заработная плата». Охарактеризуйте порядок анализа использования фонда рабочего времени.

Вариант № 28
Проверяемые результаты обучения - 33
1 Дайте характеристику бухгалтерского баланса, как основного источника анализа финансового состояния.

Вариант № 29
Проверяемые результаты обучения - 31
1 Охарактеризуйте принцип построения актива и пассива баланса.

Вариант № 30
Проверяемые результаты обучения - 31
1Охарактеризуйте порядок формирования формы №2 «Отчет о прибылях и убытках».

ЗАДАНИЕ *(практическое)* **№ 2**

Текст задания: Выполнить условие практического задания
Условия выполнения задания:
1. Максимальное время выполнения задания: 30 мин.
2. Разрешено воспользоваться: Калькулятор

При выполнении данного практического задания:

Провести анализ ситуаций, дать обоснованный ответ, определить оптимальные способы решения предложенных проблем, произвести необходимые расчеты.

Вариант № 1
Проверяемые результаты обучения – У1
1 Основная продукция предприятия запланирована в объеме 520 тыс. р., услуги промышленного характера – 48 тыс. р.
Стоимость полуфабрикатов составит в планируемом периоде 50 тыс. р., из них 50 % – для собственного производства.
Размер незавершенного производства на конец периода увеличится на 38 тыс. р.
Остатки готовой продукции на складе на начало периода – 80 тыс. р., на конец периода – 30 тыс. р.
Определить объем реализованной, валовой и чистой продукции предприятия, если известно, что стоимость материальных затрат составляет 55 % товарной продукции.

Вариант № 2
Проверяемые результаты обучения – У3
1 Среднесписочная численность работников предприятия за год составила 600 чел.
В течение года уволилось по собственному желанию 37 чел., уволено за нарушение трудовой дисциплины 5 чел., ушло на пенсию 11 чел., поступило в учебные заведения и призвано в Вооруженные Силы 13 чел., переведено на другие должности и в другие подразделения предприятия 30 чел.
Определить:
1) коэффициент выбытия кадров (%);
2) коэффициент текучести кадров (%).

Вариант № 3
Проверяемые результаты обучения – У2
1 В апреле объем продаж составил 200 000 р. Себестоимость проданной продукции 90 000 р., а расходы (арендная плата, зарплата и т.д.) – 30 000 р. Определить чистую маржу, валовую маржу и наценку.

Вариант № 4
Проверяемые результаты обучения – У2
1 Определить коэффициенты, характеризующие структуру основных производственных фондов.
Исходные данные: стоимость основных производственных фондов на начало года ($ОПФ_{нач}$) = 15 млн. р. В течение года было введено ($ОПФ_{вв}$) = 5,4 млн. р., списано с баланса предприятия ($ОПФ_{сп}$) = 2,7 млн. р.

Вариант № 5
Проверяемые результаты обучения – У3

1 На конец финансового года внеоборотные активы предприятия равны 100 000 р., оборотные активы – 40 000 р., а краткосрочные обязательства – 30 000 р. В течение отчетного финансового года объем продаж равен 300 000 р. Определить коэффициент оборачиваемости активов.

Вариант № 6

Проверяемые результаты обучения – У2

1 Определить стоимость ввода ($ОПФ_{вв}$) и выбытия ($ОПФ_{выб}$), коэффициент прироста ($К_{пр}$) и выбытия ($К_{выб}$).

Исходные данные: стоимость $ОПФ_{нач}$ = 2,0 млн. р.; прирост $ОПФ_{пр}$ = 0,2 млн. р.; коэффициент обновления $К_{обн}$ = 0,35.

Вариант № 7

Проверяемые результаты обучения – У3

1 Определить производственную мощность цеха и коэффициент использования мощности при следующих условиях.

Количество однотипных станков в цехе 100 ед., с 1 ноября установлено еще 30 ед., с 1 мая выбыло 6 ед., число рабочих дней в году – 258, режим работы – двухсменный, продолжительность смены – 8 ч, регламентированный процент простоев на ремонт оборудования – 6 %, производительность одного станка – 5 деталей в час; план выпуска за год – 1 700 000 деталей.

Вариант № 8

Проверяемые результаты обучения – У3

1 Определить порог рентабельности, если стоимость реализованной продукции РП = 2 000 тыс. р., полная себестоимость реализованной продукции $С_{реал}$ = 1 600 тыс. р., доля условно-переменных затрат $УД_{у.п}$ = 0,8.

Вариант № 9

Проверяемые результаты обучения – У3

1 Стоимость оборудования цеха – 15 000 тыс. р.

С 1 марта введено в эксплуатацию оборудование стоимостью 45,6 тыс. р.; с 1 июля выбыло оборудование стоимостью 20,4 тыс. р.

Объем выпуска продукции 800,0 тыс. т, цена 1 т. – 30 р.

Производственная мощность – 1 000,0 тыс. т.

Определить величину фондоотдачи оборудования и коэффициент интенсивного использования оборудования.

Вариант № 10

Проверяемые результаты обучения – У3

1 На основании данных задания определить рентабельность ОПФ и провести анализ ее изменения методом абсолютных разниц.

Данные для расчетов:

Выручка от реализации продукции предприятия в прошлом году составила 1 890 000 р.; в отчетном – 2 060 000 р.

При этом:

- затраты предприятия в отчетном году увеличились на 10 % по сравнению с прошлым и составили 1 300 000 р.;
- среднегодовая стоимость ОПФ прошлого года составляла 1 400 000 р., что соответствует 80 % отчетного.

Вариант № 11

Проверяемые результаты обучения – У1

1 Определите стоимость поставки материальных ресурсов, если стоимость потребления за декаду $Ц_{дек}$ = 72 тыс. р., при цене 1 т. $Ц_{1т}$ = 2 тыс. р.; интервал плановой поставки $И_{пл}$ = 8 дней, страховой запас $З_{стр}$ = 1 день, транспортный запас $З_{тр}$ = 1 день, технологический запас $З_{техн}$ = 3 %.

Вариант № 12

Проверяемые результаты обучения – У1

1 Определить коэффициенты, характеризующие структуру основных производственных фондов.

Исходные данные: стоимость основных производственных фондов на начало года ($ОПФ_{нач}$) = 15 млн. р. В течение года было введено ($ОПФ_{вв}$) = 5,4 млн. р., списано с баланса предприятия ($ОПФ_{сп}$) = 2,7 млн. р.

Вариант № 13

Проверяемые результаты обучения – У1

1 Определить оборачиваемость оборотных средств, т. е. количество оборотов и длительность одного оборота, если стоимость реализованной продукции (РП) = 46 млн. р., валовая прибыль ($П_{вал}$) = 10 млн. р., средний остаток, или норматив, оборотных средств ($ОС_{норм}$) = 9 млн. р.

Вариант № 14

Проверяемые результаты обучения – У2

1 В апреле объем продаж составил 200 000 р. Себестоимость проданной продукции равна 90 000 р., а расходы (арендная плата, зарплата и т. д.) – 30 000 р. Определить валовую прибыль и чистую прибыль.

Вариант № 15

Проверяемые результаты обучения – У2

1 Предприятие выпустило основной продукции на сумму 325,6 тыс. р.

Стоимость работ промышленного характера, выполненных на сторону, составила 41,15 тыс. р.

Полуфабрикатов собственного производства изготовлено на 23,7 тыс. р., из них 80 % потреблено в своем производстве.

Размер незавершенного производства увеличился на конец года на 5,0 тыс. р.

Материальные затраты составляют 40 % от стоимости товарной продукции.

Определить размер реализованной, валовой и чистой продукции.

Вариант № 16

Проверяемые результаты обучения – У1

1 Постоянные затраты равны 20 000 р., цена реализации единицы продукции – 50 р., переменные затраты на единицу продукции – 30 р. Определить точку безубыточности.

ЗАДАНИЕ *(практическое)* № 3

Перечень вопросов для экзамена по модулю МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Текст задания: Выполнить условие практического задания
Условия выполнения задания:
1. Максимальное время выполнения задания: 30 мин.
2. Разрешено воспользоваться: нормативно-техническими документами, калькулятором
При выполнении данного практического задания:
Дать обоснованный ответ на вопросы, определить оптимальные способы решения предложенных проблем, произвести необходимые расчеты.

Задача 1: На предприятии по рабочим-сдельщикам необходимо определить средний процент выполнения норм выработки, используя способ группировок.
Исходные данные:

Показатели	По уровню выполнения норм выработки (%)					
	80-90	90-100	100-110	110-120	120-130	130-140
Количество рабочих-сдельщиков	6	12	38	32	14	4

Задача 2: Рассчитать цепные и базисные индексы, на основании исходных данных:

Показатели	Годы				
	1	2	3	4	5
Объём производства продукции (тыс. руб.)	2300	2000	1650	1940	2700

Сделать вывод. Построить график.

Задача 3: Определить влияние факторов на изменение объёма производства продукции способом цепных подстановок, на основе исходных данных:

Показатели	План	Факт
1. Объём производства продукции (т. руб.)		
2. Численность работников (чел.)	140	162
3. Производительность труда (тыс. руб.)	131,2	125,4

Сделать вывод.
Задача 4: Определить влияние факторов на сумму прибыли способом исчисления разниц, на основании исходных данных:

№ п/п	Показатели	План	Факт
1.	Количество реализуемой продукции (тонн).	1620	1800
2.	Себестоимость 1 тонны (т. руб.).	170	186

3.	Средняя цена реализуемой продукции (т. руб.).	250	274
4.	Прибыль от реализации всей продукции (т. руб.)		

Сделать вывод.

Задача 5: Определить среднегодовую дебиторскую задолженность по предприятию с помощью средней хронологической на основании исходных данных:

Дата	Фактическая дебиторская задолженность (т. руб.)
1.01	186,4
1.02	2340,5
1.03	6180,4
1.04	3020,0
1.05	480,4
1.06	85,7

Сделать вывод.

Задача 6: Определить выполнение плана по ассортименту продукции на основе исходных данных:

Ассорт-имент-ные группы	План (т. р.)	Факт (т. р.)	Факт в пределах плана (т. р.)	Сверх плана (т. р.)	% выполнения плана по ассортименту
А	440	320			
Б	650	720			
В	500	516			
Г	980	810			
Итого:					

Сделать вывод.

Задача 7: Рассчитать коэффициент ритмичности работы цеха, (используя первый способ) на основе исходных данных:

Период	План	Факт	Факт в пределах плана
I декада	650	520	
II декада	580	440	
III декада	600	950	
Итого:			

Сделать вывод.

Задача 8: Определить коэффициент и уровень ритмичности работы предприятия и (используя второй способ) на основе исходных данных:

Показатели	План, декада				Факт, декада			
	I	II	III	Итого	I	II	III	Итого
1. Выпуск продукции (т. р.)	320	360	350		250	280	560	
2. Удельный вес (%)								
3. Отклонение от посто-янной средней величины								
4. Среднее квадра-								

тическое отклонение								

Сделать вывод.

Задача 9: Определить и проанализировать показатели обеспеченности и состояния основных фондов на основе исходных данных:

Показатели	Сумма (т. руб.)	
	На начало года	На конец года
1. Стоимость ОПФ	949,5	980,9
2. в т. ч. оборудования	650,1	505,2
3. Амортизационные отчисления за весь срок службы О.Ф.	720	765,5
4. Поступили ОФ в течение года.	286,5	
5. Выбыли ОФ в течение года.	340,4	
6. Среднесписочная численность работников	220 человек	

Сделать вывод.

Задача 10: Определить показатели эффективности использования основных фондов на основе исходных данных:

Показатели	Результат		
	план	факт	отклонение
1. Среднегодовая стоимость ОПФ (т. р.).	990,6	950,2	
2. Объём валовой продукции (т. р.)	840,6	720,4	
3. Прибыль балансовая (т. р.).	290,5	126,4	
4. Фондорентабельность (%)			
5. Фондоотдача (т. р.)			
6. Фондоёмкость (т. р.)			

Сделать выводы.

Задача 11: Выполнить анализ фондоотдачи способом цепных подстановок на основе исходных данных:

Показатели	План	Факт
1. Объём валовой продукции (т. р.)	2340,5	2105,4
2. Среднегодовая стоимость ОПФ (т. р.).	1240,8	1450,6
3. Фондоотдача (т. р.)		

Сделать вывод.

Задача 12: Рассчитать и проанализировать структуру ОПФ предприятия (в т. ч. активной их части) на основе исходных данных, сделать вывод:

Показатели	Прошлый год		Отчётный год		Откло-нения (т. р.)
	Стоимость (т. р.)	уд. вес (%)	Стоимость (т. р.)	уд. вес (%)	
1. Здания	417		405		
2. Сооружения	240		200,5		
3. Станки	396		590		
4. Машины	650		780		
5. Техническое обслуживание	2350		2840		
6. Транспортные средства	618		940		
7. Вычислительная техника	1420		1390		

8. Инструмент	840		750		
9. Прочие	3300		3500		
Всего:		100		100	

Задача 13:Проанализировать состав и структуру трудовых ресурсов на предприятии на основе исходных данных:

Категории работающих	Прошлый год		Отчётный год		Отклонение (чел).
	чел.	%	чел.	%	
1. Рабочие всего: в т. ч. основные вспомогательные	190 45		202 53		
2. ИТР	12		13		
3. Служащие	25		28		
4. МОП	6		4		
5. ПСО	3		3		
6. Ученики	8		12		
Итого ППП					
Непроизводствен-ный персонал	19		24		
Всего по предприятию					

Сделать вывод.

Задача 14:Определить абсолютное и относительное отклонение в использовании численности работников на предприятии, если при плане 720 тыс. руб. фактически произведено продукции на 640 тыс. руб. и при плане 80 чел, фактически работали 108 чел. Сделать вывод.

Задача 15:Проанализировать влияние факторов на производительность труда способом цепных подстановок, по исходным данным:

Показатели	План	Факт
1. Объём производства продукции (тыс. руб.)	485,0	540,6
2. Среднесписочная численность работников (чел.)	96	82
3. Производительность труда (тыс. руб.)		

Сделать вывод.

Задача 16:Определить абсолютное и относительное отклонение в использовании фонда заработной платы на предприятии по следующим исходным данным:

Показатели	План	Факт
1. Объём производства продукции (т. р.)	980,0	960,5
2. Фонд заработной платы (тыс. руб.)	650,2	676,4

Сделать вывод.

Задача 17: Рассчитать и проанализировать показатели производительности труда на предприятии, по исходным данным:

Показатели	План	Факт	Отклонение
1. Годовой объём производства продукции (тонн)	22000	23600	
2. Среднесписочная численность работников (чел.)	250	262	
3. Затраты труда на производство единицы продукции (чел/час).	16,8	15,2	

Сделать вывод.

Задача 18: Рассчитать и проанализировать соотношение темпов роста производительности труда и средней заработной платы по исходным данным:

Показатели	План	Факт	Отклонение
1. Объём производства продукции (т. руб.)	3740,0	4150,0	
2. Среднесписочная численность работников (чел.)	186	192	
3. Фонд заработной платы (т. руб.)	560,2	584,4	

Сделать вывод.

Задача 19: Проанализировать состав и структуру себестоимости продукции по исходным данным:

Показатели	Прошлый год		Отчётный год		Изменение (т. руб.)
	т. руб.	уд. вес (%)	т. руб.	уд. вес (%)	
1. Сырьё и материалы (за вычетом возвратных отходов)	320,6		350,4		
2. Топливо и энергия на технологические нужды	48,9		49,4		
3. Зарплата рабочих	124,6		186,2		
4. Отчисления на соц. нужды (38,5%)					
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования.	42,5		45,7		
6. Цеховые расходы	22,4		18,9		
Итого цеховая себестоимость:					
7. Общезаводские расходы	16,6		15,8		
Итого производственная себестоимость					
Коммерческие расходы (по реализации продукции)	12,5		13,9		
Всего полная (коммерческая) себестоимость продукции.					

Сделать вывод.

Задача 20: Рассчитать и проанализировать валовую (балансовую) прибыль предприятия по следующим исходным данным:

Показатели	План	Факт	Отклонение
1. Выручка от реализации продукции (без НДС), тыс. руб.	3150,2	3260,8	
2. Себестоимость продукции, тыс. руб.	1820,5	1740,1	
3. Прибыль от реализации продукции (т. р.)			
4. Прибыль от реализации ОФ и иного имущества.	420,5	640,4	
5. Результат от внереализационных операций (прибыль, убыток).	+150,2	- 48,6	
6. Валовая (балансовая) прибыль			

Задача 21: Определить влияние факторов на прибыль предприятия способом цепных подстановок по следующим исходным данным:

Показатели	План	Факт
1. Выручка от реализации продукции (т. руб.)	1255,0	1380,6
2. Себестоимость реализованной продукции (т. руб.)	720,5	900,4
3. Прибыль от реализации продукции (т. руб.)		

Сделать вывод.

Задача 22: Определить влияние факторов на рентабельность продукции способом цепных подстановок по следующим исходным данным:

Показатели	План	Факт	Отклонение
1. Прибыль от реализации продукции (тыс. руб.)	450,6	520,4	
2. Себестоимость реализованной продукции (тыс. руб.)	1050,0	1200,0	
3. Рентабельность (%)			

Задача 23: Определить абсолютное и относительное отклонение в использовании сырья для производства продукции по следующим исходным данным:

Показатели	План	Факт
1. Объём производства продукции (т. р.)	180,5	160,4
2. Затраты на сырьё (т. р.)	82,1	90,5

Сделать выводы.

Задача 24:Определить влияние факторов на изменение выручки от реализации продукции способом цепных подстановок по исходным данным:

№ п/п	Показатели	План	Факт
1	Количество реализованной продукции (шт.)	19250	26900
2	Цена реализации единицы продукции (тыс. руб.)	12,5	11,8
3	Выручка от реализации (тыс. руб.)		

Сделать вывод.

Задача 25:Рассчитать и проанализировать уровень рентабельности предприятия способом сравнения по исходным данным:

Показатели	План	Факт	Отклонение
1. Валовая (балансовая) прибыль (тыс. руб.).	1340,5	1560,2	
2. Стоимость основных и оборотных фондов (тыс. руб.).	2820,4	3600,5	
3. Рентабельность предприятия (%).			

Сделать вывод.

1 ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

№ п/п	Код компетенции	Формулировка компетенции	Номер этапа (3)**
12.	ПК 2.5	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	
13.	ПК 2.6	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	
14.	ПК 2.7	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	
15.	ПК 2.8	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	
16.	ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	
17.	ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	
18.	ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	
19.	ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
20.	ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	
21.	ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	
22.	ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.	
23.	ОК 12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	

2 ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

< ПК 2.5**>** **<** Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров**>**

Планируемые результаты обучения* (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	**Критерии оценивания результатов обучения****				
	1	2	3	4	5
Знает: **З1** составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; **-** средства: удовлетворения потребностей.	Отсутствие знания - составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; **-** средства: удовлетворения потребностей.	Фрагментарное знание: составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; **-** средства: удовлетворения потребностей.	Неполное знание: составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; **-** средства: удовлетворения потребностей.	В целом сформировавшееся знание составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; **-** средства: удовлетворения потребностей.	Сформировавшееся систематическое знание составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; **-** средства: удовлетворения потребностей.
Умеет: **У1** выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	Отсутствие умения выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	Фрагментарное умение выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	Неполное умение выявлять, формировать и удовлетворять потребности;.	В целом сформировавшееся умение выявлять, формировать и удовлетворять потребности.	Сформировавшееся систематическое умение выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
Имеет практический опыт 1: выявления потребностей (спроса)	Отсутствие практического опыта и умения выявления,	Фрагментарное умение выявления, формирования и удовлетворения	Неполное умение выявления, формирования и удовлетворения	В целом сформировавшееся умение выявления, формирования и	умение выявления, формирования и удовлетворения потребностей

на товары;	формирования и удовлетворения потребностей (спроса) на товары;	потребностей (спроса) на товары;	потребностей (спроса) на товары;	удовлетворения потребностей (спроса) на товары;	(спроса) на товары;
Шкала оценивания*** (соотношение с традиционными формами аттестации)	неудовлетворительно	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

<*ПК* 2.6> < Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации **>**

Планируемые результаты обучения* (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	**Критерии оценивания результатов обучения****				
	1	2	3	4	5
З2 средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;	Отсутствие знания основных понятий: - средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;	Фрагментарное знание основных понятий: средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;	Неполное знание основных понятий: средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;	В целом сформировавшееся знание основных понятий: средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;	Сформировавшееся систематическое знание основных понятий: средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
У2 обеспечивать	Отсутствие умения	Фрагментарное	Неполное умение	В целом	Сформировавшееся

распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;	выявления, формирования и удовлетворения потребностей;	умение выявления, формирования и удовлетворения потребностей;	выявления, формирования и удовлетворения потребностей;	сформировавшееся умение выявления, формирования и удовлетворения потребностей;	систематическое умение выявления, формирования и удовлетворения потребностей;
Имеет практический опыт 2: участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;	Отсутствие практического опыта участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;	Фрагментарный практический опыт участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;	Неполный рассредоточенный опыт участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;	В целом сформировавшийся опыт участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;	Сформировавшийся устойчивый опыт участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
Шкала оценивания*** (соотношение с традиционными формами аттестации)	неудовлетворительно	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

<ПК 2.7> **<** Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.**>**

Планируемые результаты обучения* (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	**Критерии оценивания результатов обучения****				
	1	2	3	4	5
З3	Отсутствие знания	Фрагментарное знание	Неполное знание	В целом	Сформировавшееся

методы изучения рынка, анализа окружающей среды - этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом - маркетинговых исследований на международных рынках - стратегии выхода на внешний рынок - среду международного маркетинга	этапов маркетинговых исследований, их результатов; управления маркетингом.	этапов маркетинговых исследований, их результатов; управления маркетингом.	этапов маркетинговых исследований, их результатов; управления маркетингом.	сформировавшееся знание этапов маркетинговых исследований, их результатов; управления маркетингом.	систематическое полное знание этапов маркетинговых исследований, их результатов; управления маркетингом.
У3 проводить маркетинговые исследования рынка; - производить расчет цены на товары импортного производства	Отсутствие умения проведения маркетинговых исследований рынка;	Фрагментарное умение проведения маркетинговых исследований рынка;	Неполное умение проведения маркетинговых исследований рынка;	В целом сформировавшееся умение проведения маркетинговых исследований рынка;	Сформировавшееся систематическое умение проведения маркетинговых исследований рынка;
Имеет практический опыт 3: реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;	Отсутствие практического опыта реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;	Фрагментарный практический опыт реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;	Неполный рассредоточенный опыт реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;	В целом сформировавшийся опыт реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;	Сформировавшийся устойчивый опыт реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;

Шкала оценивания* ** (соотношение с традиционными формами аттестации)	неудовлетворительно	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

<ПК2.8> < Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.>

Планируемые результаты обучения* (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	**Критерии оценивания результатов обучения****				
	1	2	3	4	5
З4 конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;	Отсутствие знания видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности;	Фрагментарное знание видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности;	Неполное знание видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности;	В целом сформировавшееся знание видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности;	Сформировавшееся систематическое полное знание видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности;
У4 оценивать конкурентоспособность товаров;	Отсутствие умения оценивания конкурентоспособности товаров;	Фрагментарное умение оценивания конкурентоспособности товаров;	Неполное умение оценивания конкурентоспособности товаров;	В целом сформировавшееся умение оценивания конкурентоспособности товаров;	Сформировавшееся систематическое умение оценивания конкурентоспособности товаров;
Имеет практический опыт 4: анализа маркетинговой среды организации;	Отсутствие практического опыта реализации маркетинговых	Фрагментарный практический опыт реализации маркетинговых мероприятий в	Неполный рассредоточенный опыт реализации маркетинговых	В целом сформировавшийся опыт реализации маркетинговых	Сформировавшийся устойчивый опыт реализации маркетинговых мероприятий в

	мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;	соответствии с конъюнктурой рынка;	мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;	мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;	соответствии с конъюнктурой рынка;
Шкала оценивания* ** (соотношение с традиционными формами аттестации)	неудовлетворительно	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	Отлично

<

3 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	Коды компетенций и планируемые результаты обучения		Оценочные средства*	
			Наименование	Представление в ФОС
1	ПК 2.5	**Знать:** составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; **-** средства: удовлетворения потребностей.	Тест № 5.1;5.2;5.3;5.4;5.5 Реферат Доклад, сообщение, Глоссарий, Теоретическое задание для дифференцированного зачета №1	Фонд тестовых заданий Темы рефератов Темы докладов, сообщений Вопросы для дифференцированного зачета
		Уметь: выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	Практическое задание для дифференцированного зачета №2	Задания для дифференцированного зачета
		Иметь практический опыт: выявления потребностей (спроса) на товары;	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по МДК. 02.03	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по МДК. 02.03
2	ПК 2.6	**Знать:** средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;	Тест № 6.1 Реферат Доклад, сообщение Глоссарий Теоретическое задание для дифференцированного зачета №1	Фонд тестовых заданий Темы рефератов Темы докладов, сообщений Вопросы для дифференцированного зачета
		Уметь: обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;	Практическое задание для дифференцированного зачета №2	Задания для дифференцированного зачета

		Иметь практический опыт: участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по МДК. 02.03	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по МДК. 02.03
3	ПК.2.7	**Знать:** методы изучения рынка, анализа окружающей среды - этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом - маркетинговых исследований на международных рынках - стратегии выхода на внешний рынок - среду международного маркетинга;	Тест № 7.1; 7.2; 7.3 Реферат Доклад, сообщение, Глоссарий, Теоретическое задание для дифференцированного зачета №1	Фонд тестовых заданий Темы рефератов Темы докладов, сообщений Вопросы для дифференцированного зачета
		Уметь: проводить маркетинговые исследования рынка;	Практическое задание для дифференцированного зачета №2	Задания для дифференцированного зачета
		Иметь практический опыт: проводить маркетинговые исследования рынка; - производить расчет цены на товары импортного производства	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по МДК. 02.03	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по МДК. 02.03

4	ПК.2.8	**Знать:** конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;	Тест № 8.1; 8.2; 8.3; 8.4; 8.5 Реферат Доклад, сообщение, Глоссарий, Теоретическое задание для дифференцированного зачета №1	Фонд тестовых заданий Темы рефератов Темы докладов, сообщений Вопросы для дифференцированного зачета
		Уметь: оценивать конкурентоспособность товаров;	Практическое задание для дифференцированного зачета №2	Задания для дифференцированного зачета
		Иметь практический опыт: анализа маркетинговой среды организации;	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по МДК. 02.03	Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» на производственной практике Получение оценки в аттестационном листе «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по учебной практике Показатель оценивается в рамках экзамена по МДК. 02.03

4 ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

2 ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

Элементы ПМ	**Формы промежуточной аттестации**					
	1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр
МДК. 02.03	-	-	-	-	-	*Дифференцированный зачет*
ПМ.02						*Экзамен по модулю*

4 ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Промежуточная аттестация по МДК.02.03 «Маркетинг» включает в себя теоретические задания, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений (см. раздел 5).

Усвоенные знания и освоенные умения проверяются при помощи тестирования, умения и практический опыт проверяются в ходе выполнения практических заданий (решения задач).

Объем и качество освоения обучающимися дисциплины, уровень сформированности дисциплинарных компетенций оцениваются по результатам текущих и промежуточной аттестаций.

5 КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1 ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1.1 Область применения комплекта оценочных средств

Комплект оценочных средств, предназначен для оценки результатов освоения МДК.02.03 Маркетинг.

5.1.2 Распределение типов контрольных заданий по элементам знаний и умений, контролируемых при текущем контроле

Содержание учебного материала по программе УД	**Тип контрольного задания**								
	У1	**У2**	**У3**	**У4**	**З1**	**З2**	**З3**	**З4**	**З5**
Тема 5.1 Предмет, цели и задачи дисциплины.	ПР 1				Т5.1				
Тема 5.2 Объекты и субъекты маркетинговой деятельности.	ПР 2,3				Т5.2				
Тема 5.3 Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга.	ПР 4				Т5.3				
Тема 5.4 Средства маркетинга	ПР 5				Т 5.4				
Тема 5.5 Методы маркетинга	ПР 6,7				Т 5.5 К 5.5				
Тема 6.1 Реклама. Маркетинговые коммуникации (WSR).		ПР8,9				Т 6.1			
Тема 7.1 Выявление и анализ факторов окружающей среды маркетинга для реализации маркетинговых решений.		ПР 10,11,12					Т 7.1		
Тема 7.2 Товарная политика предприятия (WSR).		ПР 13					Т 7.2		
Тема 7.3 Ценовая политика предприятий.		ПР 14					Т 7.3 К 7.3		
Тема 8.1 Сбытовая политика предприятий торговли и услуг.		ПР 15,16	ПР 15,16					Т 8.1	
Тема 8.2 Товарная марка и упаковка			ПР 17	ПР 17				Т 8.2	
Тема 8.3 Маркетинг в сфере услуг и особенности				ПР 18				Т 8.3	

его реализации									
Тема 8.4 Исследование конкурентной среда предприятий (WSR).				ПР 19					Т 8.4
Тема 8.5 Международный маркетинг.		ПР 20	ПР 20					Т 8.5	

ПР - практическая работа (или другое)
Т- тест (или другое)
К - кейс-решение
РУЗ - разноуровневые задачи и задания

5.1.3 Распределение типов контрольных заданий по элементам знаний и умений, контролируемых при промежуточной (итоговой) аттестации

Содержание учебного материала по программе УД	**Тип контрольного задания**								
	У1	**У2**	**У3**	**У4**	**З1**	**З2**	**З3**	**З4**	**З5**
Тема 5.1 Предмет, цели и задачи дисциплины.	ПЗ 18				ТЗ 1,5,6,8				
Тема 5.2 Объекты и субъекты маркетинговой деятельности.	ПЗ5				ТЗ 4,33	ТЗ 13,40,41,42			
Тема 5.3 Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга.	ПЗ 33		ПЗ 20						ТЗ 31
Тема 5.4 Средства маркетинга			ПЗ 3		ТЗ 2,3		ТЗ 27		ТЗ24,25,26
Тема 5.5 Методы маркетинга			ПЗ 7		ТЗ 7,9	ТЗ 9,22			
Тема 6.1 Реклама. Маркетинговые коммуникации (WSR).				ПЗ 12		ТЗ 15,16,38			
Тема 7.1 Выявление и анализ факторов окружающей среды маркетинга для реализации маркетинговых решений.	ПЗ 16,23		ПЗ 17		ТЗ 4		ТЗ 28		
Тема 7.2 Товарная политика предприятия (WSR).		ПЗ 15		ПЗ 2		ТЗ 32	ТЗ 17,20	ТЗ 45	ТЗ 34,35,36
Тема 7.3 Ценовая политика предприятий.			ПЗ 8	ПЗ 19			ТЗ 12		
Тема 8.1 Сбытовая политика предприятий торговли и услуг.	ПЗ 21	ПЗ 14	ПЗ 1,13	ПЗ 6		ТЗ 36,39,44		ТЗ 46	
Тема 8.2 Товарная марка и упаковка				ПЗ 11		ТЗ 43		ТЗ 14	
Тема 8.3 Маркетинг в сфере услуг и особенности его реализации			ПЗ 9			ТЗ 30			
Тема 8.4 Исследование конкурентной среда предприятий (WSR).				ПЗ 4					ТЗ 23
Тема 8.5 Международный маркетинг.				ПЗ10					ТЗ 21

ТЗ – теоретическое задание
ПЗ – практическое задание

5.2 ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

5.2.1 Входной контроль

Тест №1

1. Какие виды деятельности не относятся к предпринимательской:
+а) предвыборная
б) посредническая
+в) благотворительная
+г) активная
д) сбытовая.
2. Что из перечисленного может относиться к основным факторам предпринимательской деятельности?
а) основные и оборотные фонды
б) трудовые ресурсы
в) товары
г) информация
д) время
+е) все перечисленное.
3. В коммерческом предпринимательстве предприниматель:
а) занимается куплей-продажей ценных бумаг
б) производит товары и услуги
+в) продает готовые товары, приобретенные им у других лиц
г) выступает в роли связующего звена между покупателем и продавцом
4. Определяющим фактором спроса является:
а) изменение доходов потребителей
б) изменение вкусов потребителей
+в) цена товара
г) изменение числа покупателей
5. Если цена на товар превысит рыночную цену, то это приведет:
а) к дефициту товара
+б) к избытку товара
в) к отсутствию данного товара на рынке
г) не приведет ни к каким изменениям
6. Определяющим фактором предложения является:
а) изменение технологии производства
б) изменение погодных условий
в) изменение числа производителей
+г) цена товара

5.2.2 Оперативный (текущий) контроль

Тест № 5.1
Тема 5.1 Предмет, цели, задачи и структура дисциплины.
Проверяемые результаты обучения – З1,З2

1. Какое условие способствовало возникновению принципов и идей маркетинга:
а) неудовлетворенный спрос на товары и услуги;
б) конкуренция между производителями
в) рост доходов населения

2. Укажите утверждение, отражающее суть концепции маркетинга:
а) фирма всегда должна давать потребителям все, что им нужно, независимо от затрат;
б) деятельность фирмы должна быть организована так, чтобы удовлетворять потребности покупателей и при этом получать прибыль;
в) фирме следует тратить больше средств на сбыт и рекламу, чем ранее.

3. При какой концепции управления коммерческой деятельностью существует опасность «маркетинговой близорукости» (товар становится настолько важным, что упускается из вида потребность):
а) концепция совершенствования производства;
б) совершенствования товара; в) интенсификации коммерческих усилий.

4. С чего начинается маркетинговая деятельность фирмы:
а) с разработки и производства товара;
б) с планирования конкретных маркетинговых мероприятий;
в) с изучения рынка и запросов потребителей.

5. Из ниже перечисленных функций выберите ту, которая не имеет отношения к маркетингу:
а) разработка товаров и услуг;
б) распределение продукции;
в) распоряжение финансами фирмы;
г) исследование рынка.

6. Основная задача маркетинговых воздействий на рынок заключается в том, чтобы:
а) обеспечить оптимальный для фирмы спрос;
б) максимально расширить круг потребителей:
в) получать постоянную обратную связь от потребителей

7. Известно, что спрос на недвижимость имеет тенденцию к росту. Действие какого фактора макросреды проявляется в этой ситуации в большей степени:
а) демографического;
б) экономического;
в) социально-культурного.

8. Согласно теории мотивации Маслоу в первую очередь индивид желает удовлетворить:
а) потребность в любви;
б) потребность в безопасности;
в) физиологические потребности;
г) потребность в саморазвитии.

9. Укажите категорию товара, для которой традиционно покупатели и пользователи - разные лица:
а) бытовые приборы;
б) детская одежда;

в) автомобили

10. Предлагаемый на продажу товар с определенными свойствами, уровнем качества, маркой и упаковкой называется:

а) товаром по замыслу;

б) товаром в реальном исполнении;

в) товаром с подкреплением.

Тест № 5.2

Тема 5.2 Объекты и субъекты маркетинговой деятельности.

1. Товар в маркетинге – это:

+ а) Предметы или услуги, способные удовлетворить потребности людей, и реализуемые через товарный рынок;

б) Предметы или изделия, реализуемые определенной целевой аудитории;

в) Все то, что представлено на рынке на продажу;

2 Объектами маркетинга являются:

+ а) Производители, поставщики и конечные потребители товаров

б)Товары, изделия и услуги

в) Связи, возникающие между производителями, поставщиками и конечными потребителями товаров в ходе их жизненного цикла

3. Что из перечисленного изучает маркетинг?

+ а)Конъюнктуру определенного рынка в соответствии с запросами потребителей

б) Формирование отпускной цены на товары

в) Движение трудовых ресурсов

4. Потребность – это в маркетинге:

а)Желание потребителя обзавестись тем или иным товаром

+ б)Специфический способ удовлетворения нужды, который соответствует уровню культурного развития индивида

в)Объективная необходимость в чем-либо, определяющая качество жизни потребителя

5. Качество товара в маркетинге - это:

+а) Определенные функциональные характеристики товара в совокупности, наличие которых признано потребителями обязательным

б) Способность товара в полной мере удовлетворить потребности потребителей

в) Соответствие товара регламентам и техническим условиям

6. Маркетинг можно определить как:

+ Особый вид деятельности, который направлен на извлечение прибыли за счет удовлетворения потребностей

- Управление затратами

- Изучение предпочтений и моды

7. Нужда становится мотивом совершения покупки, когда:

+ а) человек удовлетворяет ее

б) она достигает максимального уровня

в) в процессе ее удовлетворения

г) с момента ее появления

8. Основоположник маркетинга:

а) Альфред Ньюман

б) Клейтон Кристенсен

+ в) Филип Котлер

9. Объектами маркетинга являются:

а) товары;

б) услуги;
в) фирмы;
+г) все вышеперечисленные ответы.

10. С точки зрения маркетинга товар – это:
а) результат исследований, разработок и производства;
б) продукт труда предназначен для продажи;
+в) все, что предлагается на рынке с целью удовлетворения потребностей потребителей;
г) все товары на предприятиях.

11. Запрос (спрос) – это:
а) давнее желание купить японский телевизор;
б) желание иметь автомобиль иностранного производства;
в) постоянно испытываемая потребность в еде;
+г) желание приобрести автомобиль - иномарку, подкрепленное финансовыми возможностями.

12. Потребность – это:
+а) нужда, принявшая специфическую форму;
б) чувство, ощущаемой человеком нехватки чего-либо;
в) желание приобрести автомобиль, подкрепленное материальными возможностями;
г) акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего – либо взамен.

Тест № 5.3

Тема 5.3 Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга.

1. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:
а) Компаний, приобретающих товары для их дальнейшей реализации;
б) Фирм-производителей товаров потребительского назначения;
+ в) Покупателей, приобретающих товары для личного пользования.

2. Ремаркетинг связан с:
+ а) Снижающимся спросом;
б) Возрастающим спросом;
в) Чрезмерным спросом.

3. Выберите правильное определение маркетинга:
а) комплексная система производства, транспортировки и хранения материальных ресурсов;
б) деятельность по росту производительности труда в обществе;
в) вид человеческой деятельности, направленной на улучшение социально-экономической и политической обстановки в обществе;
+г) предпринимательская деятельность, управляющая продвижением товаров от производителей до потребителей.

4. Какое из приведенных предложений соответствует маркетинговой ориентации предприятия?
а) ценовая политика основывается на издержках производства и обращения;
б) производится и продается то, что удается произвести технологически рационально, надежно и с меньшими издержками;
в) упаковка рассматривается, как средство формирования спроса и стимулирования сбыта и лишь затем как средство хранения, транспортировки товара, удобства торговли;
+г) руководство деятельностью предприятия ориентируется на учет желаний, потребностей и интересов потребителей.

5. Рынок продавца – это такой рынок, на котором:
а) больше власти имеют покупатели;
+б) больше власти имеют продавцы;
в) более активными «деятелями рынка» приходится быть продавцам;

6. Маркетинг изучает:
+ а) стратегии повышения качества продукции;
+ б) методы управления потребительским спросом;
в) общий уровень цен в условиях инфляции;
г) производство предлагаемых к сбыту изделий;
+д) конъюнктуру рынка определённого вида продукции.

7. Демаркетинг может применяться для _____ спроса на товар.
+ а) уменьшения;
б) увеличения;
в) быстрого роста;
г) поддержания.

8. Ремаркетинг связан со спросом:
а) чрезмерным;
б) иррациональным;
+в) снижающимся;
г) негативным;
д)отсутствием спроса

Тест № 5.4
Тема 5.4 Средства маркетинга
1. Комплекс маркетинга образуют:

а) поставщики, посредники, контактные аудитории, конкуренты;
б) системы маркетинговой информации, планирования, организации маркетинговой деятельности и контроля;
в) демографическая и экономическая среда, технико-экологическая среда, политико-правовая среда, социально-культурная среда;
+г) товар, цена, методы продвижения, методы распределения товаров.

2 Какие параметры рассчитываются для обоснования эффективности решений по сбыту:
а) расчет параметров хранения
б) частота поставок
в) размеры запасов
+г) все ответы верны.

3. Эти торговые посредники покупают товар у производителя:
+а) дилеры;
+б) дистрибьюторы;
в) коммивояжеры;
г) агенты.

4 На кого не могут быть направлены мероприятия по стимулированию сбыта?
а) на посредников;
б) на потребителей;
+ в) на поставщиков;
г) на продавцов;
д) на общественность.

5 Что определяет широта каналов распределения:
а) количество посредников от производителя до потребителя
б) полноту охвата товародвижения
+ в) количество посредников на одном уровне звена;
г)качество каналов товародвижения

Тест № 5.5
Тема 5.5 Методы маркетинга

1 По значению исследования цели могут быть?
а) кабинетные или полевые;
б) правильного ответа нет;
в) поисковые, описательные или экспериментальные;
+г) перспективные и текущие;
д) все ответы верны.

2 По источникам информации исследования могут быть:
а)перспективные или текущие;
б) поисковые, описательные или экспериментальные;
в) все ответы верны;
+ г) кабинетные или полевые;
д) правильного ответа нет.

3 Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения:
а) правильного ответа нет;
+б) полевую;
в) кабинетную;
г) все ответы верны;
д) лабораторную.

4. К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?
а) все ответы верны;
б) не относится к исследованиям;
в) правильного ответа нет;
+г) кабинетные исследования;
д)полевые исследования.

5. Предприятию необходимо оценить в процентах ту часть посетителей магазина, которые сделали покупки. Какой метод исследования целесообразно использовать?
а) опрос;
б) эксперимент;
+в) наблюдение;
г) все ответы верны;
д) правильного ответа нет.

6. Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью:
а) Обоснования гипотез и построения причинно-следственных связей;
б) Описания конкретной маркетинговой ситуации;
+ в) Собрать необходимую первичную информацию, которая окажется полезной для дальнейшей проверки гипотез и более точного формулирования проблем.

7. К инструментам маркетинга относятся:
а) Приемы продвижения и выгодной реализации товаров;
б) Методы изучения вкусов потребителей;
+ в) Способы, приемы и методы, которые обеспечивают информацией маркетинговые исследования.

8 К какому виду маркетинговых исследований рынка относится изучение справочников и статистической литературы:
+ а) кабинетное исследование;
б) панельное исследование;
в) полевое исследование.

9. Закрытые вопросы включают в себя?
а) источники информации;
+б) возможные варианты ответов;
в) вторичную информацию;
г) первичную информацию;
д) все ответы верны;
е) правильного ответа нет;

10. Решить кейсы:

1 Определите, какие методы маркетинга следует использовать в следующих ситуациях:
– планируется расширение использования замороженных фруктов и овощей на российском рынке;
– фирма, выпускающая спортивные тренажеры, предполагает расширение объемов продаж;
– новороссийская фирма «Алекс» собирается выпускать дельтапланы.

2. Американская фирма, начав проникновение на английский рынок детского питания, предложила свою продукцию в стеклянных банках в отличие от жестяной упаковки конкурента. Через год американцы контролировали 15% английского рынка. Объясните итог, зная, что для производителей пищевых продуктов тара, в которую этот продукт упакован, по существу, – «ограничивающий» элемент маркетинга.

3. Итальянская фирма Zanussi продает на рынке разноцветную кухонную технику. На какой элемент комплекса маркетинга делает ставку фирма, чтобы завоевать внимание покупателя?

Тест № 6.1
Тема 6.1 Реклама. Маркетинговые коммуникации (WSR).

1. К каналам личной коммуникации можно отнести:
+а) общение одного лица с аудиторией;
б) прямую почтовую рекламу;
в) рекламу по телевидению;
г) печатную рекламу.

2. Прямой маркетинг - это:
а) устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем;
б) устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей;
+в) продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения;
г) благожелательное представление товара в СМИ.

3. К какой классификационной группе можно отнести хлеб и молоко, реализуемые населению?
а) товары импульсной покупки
б) товары особого спроса
+в) товары постоянного спроса
г) товары предварительного выбора
д) товары пассивного спроса

4. Затраты фирмы на рекламу составляют:
а) 1 % от суммы продаж;
б) 2-10 % от суммы продаж;
в) 20 % от суммы продаж;
+г) зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы.

5. В случае распространения информации по каналам неличной коммуникации отсутствует:
+ а) обратная связь
б) специфическая атмосфера
в) внушение
г) чувство уверенности

6. Что является главным в определении маркетинг:
а) сбыт товара;
б) снижение издержек производства;
+в) удовлетворение потребностей потребителей;
г) установление цены товара;

7. Главное отличие пропаганды от рекламы в:
а) ее платности;
б) ее личном характере;
в) ее общественном характере;
+г) она не оплачивается.

8.Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из:
+а) пяти элементов;
б) шести элементов;
в) девяти элементов;
г) трех элементов.

9. К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи:
а) географическому;
+б) демографическому;
в) поведенческому;
г) психографическому;

10. Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть:
а) реклама;
б) стимулирование сбыта;
+в) обратная связь;
г) все перечисленные.

11. Основными формами коммуникаций в маркетинге являются:
+ а) Прямые продажи, реклама, PR, стимулирование сбыта
б)Установление скидок, реклама
в) Реклама, организация распродаж, прямые продажи

12 Главное отличие пропаганды от рекламы в:
а) ее платности;
б) ее личном характере;
в) ее общественном характере;
+ г) она не оплачивается.

13. Какой метод связей с общественностью является новым и оперативным?
а) выставка;
б) фотопродукция;
+ в) интернет-ресурс;
г) отношения со средствами массовой информации;
д) печатные материалы.

14.Паблик рилейшнз это:
а) специализированные выставки;
б) персональные продажи;
+в) связи с общественностью; г) пропаганда.

Тест № 7.1

Тема 7.1 Выявление и анализ факторов окружающей среды маркетинга для реализации маркетинговых решений.

1. Так как социальная и культурная среда меняется очень медленно, фирме следует:

а) попытаться ускорить перемены;

б) определить традиции и работать с ними;

в) направить внимание на другие факторы макросреды.

в) упор делается на обоснованность цены.

2. Элементы микросреды маркетинга:

- а) Являются основополагающими факторами при установлении цены на товар
- б) Не подлежат контролю со стороны предприятия

+в) Представляют собой те факторы и явления в окружении предприятия, которые оно может контролировать

3.Что относится к элементам микросреды маркетинга?

+ а) Взаимоотношения предприятия с поставщиками, посредниками, клиентами, а также конкурентами

б) Взаимоотношения предприятия с государством

в) Взаимоотношения предприятия с налоговыми органами

4. Макросреда фирма- это:

а) набор свойств товара

б) функциональные структуры предприятия

в) формальные и неформальные группы

г) силы и субъекты, на которые фирма может влиять

+д) силы и субъекты, на которые фирма не может влиять

е) правильного ответа нет

5. К микросреде предприятия не относится:

а) средства массовой информации

+б) население всей страны

в) торговые организации

г) все ответы верны

д) правильного ответа нет

Тест № 7.2

Тема 7.2 Товарная политика предприятия (WSR).

1 Товар — это:

а) все то, что способно удовлетворить потребности потребителей;

б) все, что предназначено для удовлетворения определенной потребности и предлагаемое на рынке для продажи;

в) материальные объекты, услуги, которые характеризуются совокупностью свойств, способных удовлетворить желания потенциальных покупателей;

+ г) все утверждения верны.

2 Маркетинговая товарная политика — это:

а) составляющая хозяйственной деятельности предприятия;

б) определенный курс действий, принципы поведения предприятия на товарном рынке;

в) совокупность средств воздействия на потребителя с помощью товара;

+ г) систему действий предприятия для определения товара на рынке, удовлетворение конкретного потенциального потребителя товарами, широкой возможности их выбора.

3 Потребительский маркетинг призван …

+ а) удовлетворять стиль жизни, привычки, потребности потребителей и влиять на них;

б) удовлетворять стиль жизни, привычки, потребности потребителей и влиять на них через торговую сеть;

в) привлекать и сохранять тех потребителей в выбранных рыночных сегментах, которые обеспечивают стабильное финансовое состояние предприятия в текущий момент в перспективе;

г) определять товара на рынке, удовлетворять конкретного потенциального потребителя товарами и оказывать широкую возможность их выбора.

4 Торговый маркетинг направлен на …

а) удовлетворение стиля жизни, привычек, потребностей потребителей;

+ б) удовлетворение стиля жизни, привычек, потребностей потребителей и воздействие на них через торговую сеть;

в) привлечение и хранение потребителей в выбранных рыночных сегментах, которые обеспечивают стабильное финансовое состояние предприятия в текущий момент в перспективе;

г) определение места товара на рынке, удовлетворение конкретного потенциального потребителя товарами и предоставление широкой возможности их выбора.

5 Основными характеристиками потребительского маркетинга являются:

+ а) создание «образца» товарного знака;

+ б) сегментация рынка;

в) стимулирование спроса потребителя;

г) реклама.

6 К основным характеристикам торгового маркетинга относятся:

а) позиционирование торгового знака;

+ б) стимулирование торговых агентов;

+ в) стимулирование спроса потребителей;

г) организация продажи товара.

7 Если туристическое агентство вступает в гостиничный бизнес, то им осуществляется:

а) связана вертикальная диверсификация;

+ б) концентрическая диверсификация;

в) квази-интеграция;

г) латеральная диверсификация.

8 На этапе внедрения товара на рынок фирма может применять такие маркетинговые стратегии:

а) вертикальной интеграции;

+ б) интенсивного маркетинга;

в) полной диверсификации;

г) пассивного маркетинга.

9 Задачей товарной политики является:

+ а) управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью;

+ б) поиск потребителей, желающих приобрести товар;

в) производить как можно больше товаров.

10 Что не нужно предпринимать на этапе спада?

+а) расширить рынок сбыта;

б) усилить рекламу, оживить товар;

в) выявить новые группы потребителей;

г) развивать методы сбыта товара.

11 Что такое "глубина" товарной номенклатуры?

а) это общее число составляющих отдельных товаров фирмы;

б) это общая численность ассортиментных групп;

+в) это варианты предложения каждого отдельного товара в рамках ассортиментной группы;

г) нет правильного ответа.

12 Какой этап "ЖТЦ" характеризуется: сбыт растет медленно, высоки расходы на организацию распространения товара, прибыль незначительная либо ее нет, цены повышенные, производителей немного?

+а) внедрение;

б) роста;

в) зрелости;

г) спада.

Тест № 7.3

Тема 7.3 Ценовая политика предприятий.

1. Какой вид цены основан на разделении рынка на определенные группы покупателей?

а) цена на изделие, уже снятое с производства;

б) цена, устанавливаемая ниже, чем у большинства фирм на рынке;

+в) цена потребительского сегмента рынка;

г) эластичная (гибкая) цена;

д) преимущественная цена.

2. Стратегия интенсивного маркетинга предполагает:

+ а) низкие цены на новый товар сочетаются с большими затратами на стимулирование сбыта;

б) высокие цены и низкий уровень сбытовых расходов; в) высокие цены и большие затраты на стимулирование сбыта;

г) рациональное соотношение низких цен на товар и незначительных расходов на стимулирование сбыта.

3 Максимальная цена товара определяется:

а) уровнем совокупных издержек;

б) ценами конкурентов на этот товар;

в) максимальными претензиями на прибыль, существующими в данной отрасли производства;

+г) величиной спроса.

4 При какой конкурентной структуре рынка покупатель либо продавец не оказывает влияния на цену товара?

+а) рынок чистой конкуренции;

б) монополистическая конкуренция;

в) рынок чистой монополии;

г) олигополистический рынок.

5 Стратегия «снятия сливок» подразумевает:

а) сезонную распродажу;

+б) продажа нового товара по повышенным ценам;

в) установление высокой цены на этапе спада;

г) установление минимальной цены для завоевания рынка.

6 Какие причины могут побудить фирму снизить цену на товар?

а) инфляция;

б) повышение качества товара;

+в) недогрузка производственных мощностей;

г) увеличение спроса на товар.

7 Какая стратегия не относится к стратегии психологического ценообразования?

а) стратегия скользящей падающей цены;

б) неокругленных цифр;

в) престижных цен;

+г) стабильных цен.

8. Диско-клуб ..Гавана.. выдает посетителям специальные дисконтные карты. Владелец карты при каждом пятом посещении имеет право на 25% скидку с цены входного билета. Цель такого нововведения заключается в том, чтобы:

а) увеличить степень проникновения;
+б) увеличить число посещений;
в) увеличить среднюю продолжительность визита;
г) повысить степень узнаваемости марки.

9. Наличие сильной торговой марки позволяет компании:

а) не расширять спектр услуг под одной маркой;
+б) устанавливать более высокие цены;
в) пользоваться налоговыми льготами;
г) увеличить риск неполучения гонорара.

10. Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:

а) запас конкурентоспособности товара;
+б) потребительская ценность товара;
с) цена продажи товара;
д) себестоимость товара.

Решить кейсы:

1. Предприятие продает детскую куклу по достаточно высокой цене. Предложите ваш вариант увеличения объема продаж товара.

2. В условиях экономического застоя в ряде стран мелкие производители бытовой техники предлагают торговые скидки, а производители автомобилей – низкопроцентные займы. Каковы достоинства и недостатки этих методов снижения цен?

Тест № 8.1
Тема 8.1 Сбытовая политика предприятий торговли и услуг.

1 Каналом прямого маркетинга не является: (укажите лишнее):

а) торговля вразнос;
б) посылочная торговля;
в) торговля через магазин, принадлежащие/производителю;
+г) торговля со склада дистрибьютора.

2 Вертикальная маркетинговая система как канал сбыта:

а) базируется на собственности или мощи одного участника в отношении всех звеньев канала сбыта;
б) предполагает механизм мотивирования одним участником канала сбыта всех остальных участников;
+в) возможны оба предыдущих варианта (а и б);
г) предполагает сбыт товаров глубокого ассортимента.

3 Среди посредников, как правило, правом собственности на товар обладают:

а) агенты;
б) брокеры;
+в) консигнаторы;
г) дистрибьюторы.

4 Исключительное (эксклюзивное) посредничество:

а) дает особые права на распределение товаров фирмы в регионе;

б) лишает права торговать товарами конкурентов;
+в) верно и то и другое;
г) является интенсивным распределением.

5 Что не относится к функциям товародвижения?
а) планирование перемещения товаров к месту использования;
б) складирование;
в) транспортировка;
+ г) конструирование нового товара.

6 Кто из перечисленных посредников не относится к зависимым?
а) брокер;
б) комиссионер;
+в) дилер;
г) агент.

7 Каналом прямого маркетинга является:
а) торговля со склада дистрибьютора;
б) оптовая торговля;
+в) посылочная торговля;
г) торговля в «Магазине-складе».

8 Функциями товародвижения могут быть:
а) выполнение цикла «заказ - отгрузка — оформление счета»;
б) выбор вида транспорта;
+в) возможны оба предыдущих варианта;
г) разработка и создание товара для удовлетворения потребностей.

9 Какие «магазины» не относятся к розничной торговле?
а) торговые автоматы;
б) магазины, торгующие по каталогам;
в) универсамы;
+г) товарная биржа.

10 К вознаграждению посредников не имеет отношения следующий тип скидки с цены:
а) за платеж наличными;
+ б) в связи с дискриминационным ценообразованием;
в) за количество;
г) функциональные.

Тест № 8.2
Тема 8.2 Товарная марка и упаковка

1. Товар – это (выберите ответ):
а) объект купли-продажи, средство удовлетворения психологических потребностей потребителя;
б) объект купли-продажи, средство удовлетворения эстетических потребностей потребителя;
в) объект купли-продажи, средство удовлетворения коммерческих потребностей потребителя;
+ г) объект купли-продажи, средство удовлетворения потребностей потребителя.

2. Какой из типов товарной марки на товаре сопровождается буквой R в круге:
а) фирменный знак;
б) фирменное имя;
в) торговый образ;
+г) товарный знак.

3. Известность и престижность торговой марки называют (выберите ответ):

+а) брендом;
б) лучшим товаром;
в) базовым товаром;
г) оригинальным товаром.

4. Товарные знаки – это (выберите ответ):
а) условные обозначения, предназначенные для идентификации товара;
б) сведения о товаре, предназначенные для создания потребительских предпочтений;
в) сведения об основополагающих характеристиках товара;
+г) обозначения, способные отличить товары одних юридических лиц от однородных товаров других юридических и физических лиц.

5. Какой из типов товарной марки обеспечивает юридическую защиту от использования конкурентами:
а) фирменный знак;
б) фирменное имя;
+в) товарный знак;
г) торговый образ;

6. Торговая марка – это (выберите ответ):
а) количество однородных групп товаров;
б) наименование одного товара, определенное предприятием-изготовителем;
+в) фирменное наименование одного или нескольких товаров, определенное предприятием-изготовителем;
г) фирменное наименование одного или двух товаров, определенное предприятием-изготовителем.

3. Тара, упаковочные, обвязочные средств и иные вспомогательные материалы это - ...
+ а) элемент упаковки;
б) вид упаковки;
в) тип упаковки;
г) групповая упаковка

5. Тара, предназначенная для единицы продукции:
+а) индивидуальная;
б) групповая;
в) герметичная;
г) производственная

6. Товарная марка предназначена для того, чтобы:
а) обосновать перед потребителем более высокую цену;
б) компенсировать недостающее качество;
+в) дифференцировать товар или услугу на рынке среди себе подобных;
г) привлечь внимание партнеров.

7. Упаковка товаров должна быть:
+а) безопасной, надежной, совместимой с товаром, экологичной, эстетичной;
б) безопасной, надежной, совместимой с товаром, экологичной, жесткой;
в) безопасной, надежной, экологичой, эстетичной, металлической;
г) безопасной, надежной, совместимой с товаром, эстетичной

8. Товарные знаки - это:
а) условные обозначения, предназначенные для идентификации товара;
б) сведения о товаре, предназначенные для создания потребительских предпочтений;
в) сведения об основополагающих характеристиках товара;
+г) обозначения, способные отличать товары одних юридических лиц от однородных товаров других юридических и физических лиц.

9. Фирменные знаки предназначены для:

а) идентификации товара;
+б) идентификации изготовителя товара;
в) идентификации продавца;
г) установления престижности товара.

10. Престижные знаки присваиваются фирмам за:
+ а) особые заслуги перед государством, содействие экспорту национальных товаров;
б) предпочтение потребителем;
в) высокую конкурентоспособность товара;
г) низкую цену товара.

11. Понятие «бренд» включает в себя:
а) личность;
б) компанию;
в) образ в воображении покупателей;
+г) все вышеназванное.

Тест № 8.3

Тема 8.3 Маркетинг в сфере услуг и особенности его реализации

1. Несохранимость услуги является проблемой для фирм сферы услуг в условиях:
а. постоянного спроса
б. колебания спроса на услуги
в. колебания предложения услуг
+ г. равновесия между спросом и предложением на услуги

2. Расширенный комплекс услуг позволяет использовать:
+а) неценовую конкуренцию;
б) видовую конкуренцию;
в) скрытую ценовую конкуренцию;
г) функциональную конкуренцию;
д) открытую ценовую конкуренцию.

3. Какая характеристика услуги связана с состоянием спроса?
а) неосязаемость;
б) неотделимость от источника;
+в) несохраняемость;
г) непостоянство качества;
д) отсутствие владения.

4. К основным характеристикам услуг не относят:
а) неосязаемость услуг;
+б) нестандартность услуг;
в) непостоянство качества услуг;
г) недолговечность.

5. Потребитель услуги, как правило, пользуется ей на протяжении ограниченного количества времени». Для какой характеристики услуг справедливо данное утверждение:
а) неосязаемости услуг;
б) непостоянства качества услуг;
+в) отсутствия владения;
г) взаимозаменяемости.

6. Этот вид услуг характеризуется низкой степенью участия клиентов и высокой степенью контакта с ним:
а) услуги телерадиовещательных компаний;
б) самообслуживание;

в) услуги химчисток;
+г) ремонт бытовой техники.

7. Предприятия быстрого питания обычно развиваются по принципу:
+а) франчайзинга;
б) брэндинга;
в) сэмплинга;
г) сбытового маркетинга.

Тест № 8.4
Тема 8.4 Исследование конкурентной среды предприятий (WSR).

1. Конкурентоспособность товара - это:
+а) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;
б) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;
с) закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.

2. Определяющими признаками конкурентоспособности товара являются:
а) срок службы и наличие запасных частей в торговой сети;
б) себестоимость изготовления товара и коммерческие расходы по его продвижению и распределению на рынке;
в) доставка товара, его монтаж, наладка, обучение правилам пользования;
+г) качество товара и его цена.

3. Объектом конкуренции являются:
а) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
б) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;
+с) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;
д) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.

4. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:
а) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
б) издержки производства и сбыта;
+с) полезный эффект и цена потребления;*

5. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?
+а) М. Портер;
б) А. Литл;
с) Ф. Котлер;
д) И. Ансофф.

6. Одним из вариантов поведения фирм-коммутантов является выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании (виолента или патиента).
Какие меры предосторожности предпринимают мелкие фирмы, чтобы не потерять свободу и не превратиться в придаток монополии:
а) увеличивают размеры своей фирмы;
+б) стремятся поставлять товары нескольким крупным корпорациям таким образом, чтобы доля каждой из них в общих продажах фирмы не превышала 20% оборота;
с) уходят из своей ниши на рынке и приходят туда, где создаются более благоприятные для фирм-коммутантов условия;

д) ни один ответ не является верным.

7. Особенность политико-правовой среды, которую фирме необходимо учитывать:

а) избирательное законодательство соответствующей страны;

+б) политическая стабильность;

в) количество партий, принимающих участие в политической борьбе;

г) сроки функционирования законодательной и исполнительной власти между выборами;

д) все перечисленное.

8. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара:

а) ценовая конкуренция;

+б) неценовая конкуренция;

с) недобросовестная конкуренция;

д) прямая конкуренция.

9. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества:

а) виолентная стратегия;

б) коммутантная стратегия;

+с) патиентная стратегия;

д) эксплерентная стратегия.

10. Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:

а) виолентная стратегия;

б) коммутантная стратегия;

с) патиентная стратегия;

+д) эксплерентная стратегия.

11. Фирмы-виоленты, отличающиеся особо крупными размерами; средним по темпу, но очень устойчивым ростом; широкой диверсифицированностью и наличием сети зарубежных филиалов – это:

а) «гордые львы»;

+б) «могучие слоны»;

с) «неповоротливые бегемоты»;

д) «хитрые лисы».

Тест 8.5

Тема 8.5 Международный маркетинг.

1. Под международным маркетингом понимается:

а) систематический анализ экспортером заграничного рынка и приспосабливание своего производства под его требования

+б) глубокое исследование экспортером рынка и использование инструментов маркетинга для его обработки

в) ответственность экспортера перед покупателем до момента продажи и поставки

2. Приставка «транс» в международных организациях означает:

а) международное рассредоточение акционерного капитала

б) глобальный характер деятельности

+в) сохранение организацией своего национального характера

3. Маркетинговые исследования зарубежного рынка обычно начинаются:

а) со сбора первичной информации

+б) со сбора вторичной информации

в) с анализа внешних источников информации

г) с анализа внутренних источников информации

4. Под экспортным маркетингом понимается:
+ а) систематический анализ экспортером заграничного рынка и приспосабливание своего производства под его требования
б) ответственность экспортера перед покупателем до момента продажи и поставки
в) продажа товара за границу без дальнейшего сопровождения товара

5. Какой элемент из перечисленных не относится к комплексу международного маркетинга?
а) цена;
б) товар;
+в) оценка внешней среды;
г) система продвижения.

6. Какой вид международного маркетинга предполагает выпуск товара, ориентированного на весь рынок?
а) дифференцированный;
+б) недифференцированный;
в) социально-этичный;
г) концентрированный.

Укажите правильный ответ, (ответы).

Критерии оценки:
Критерием оценки является уровень усвоения студентом материала, предусмотренного программой дисциплины, что выражается количеством правильных ответов на предложенные тестовые задания.
При верных ответах на:
менее 60% тестовых заданий – оценка (неудовлетворительно);
60%-74% тестовых заданий – оценка 3 (удовлетворительно);
75%-94% тестовых заданий – оценка 4 (хорошо);
95%-100% тестовых заданий – оценка 5(отлично).

Критерии оценки

№	Баллы*	%%	Описание
5	5	95-100	Полных и правильных ответов
4	5	75-94	Полных и правильных ответов
3	3	60-74	Полных и правильных ответов
2	2	менее 60	Полных и правильных ответа
1	1	менее 60	Полных и правильных ответа

* Могут быть изменены при условии сохранения пропорций.

5.2.3 Задания для проведения Дифференцированного зачета

ЗАДАНИЕ *(теоретическое)* **№ 1**

Текст задания: Раскрыть понятие и сущность основных определений.
Условия выполнения задания:
1. Место (время) выполнения задания: кабинет Маркетинг;
2. Максимальное время выполнения задания: 30 мин.
3. При выполнении данного теоретического задания необходимо ссылаться на действующие нормативные документы.

Вариант № 1
Проверяемые результаты обучения - 31
1 Раскройте понятие, сущность и содержание маркетинга. Охарактеризуйте основные концепции маркетинга.

Вариант № 2
Проверяемые результаты обучения - 31
1 Раскройте понятие товара в системе маркетинга, и охарактеризуйте его маркетинговые характеристики.

Вариант № 3
Проверяемые результаты обучения – 31
1 Охарактеризуйте основные виды классификации товаров в маркетинге.

Вариант № 4
Проверяемые результаты обучения – 33
1 Раскройте понятие среда маркетинга. Перечислите основные факторы макро и микросреды, дайте их характеристику.

Вариант № 5
Проверяемые результаты обучения – 31

1 Охарактеризуйте и раскройте сущность маркетинга. Перечислите и охарактеризуйте цели, функции маркетинга.

Вариант № 6
Проверяемые результаты обучения – 31
1 Охарактеризуйте и раскройте сущность маркетинга. Перечислите и охарактеризуйте принципы маркетинга.

Вариант № 7
Проверяемые результаты обучения – 33
1 Раскройте понятие сущность сегментации рынка. Охарактеризуйте стратегии сегментирования. Дайте характеристику географических, демографических, экономических и иных критериев сегментации.

Вариант № 8
Проверяемые результаты обучения –31

1 Раскройте сущность понятия спрос на товары и услуги, его регулирование. Охарактеризуйте типологию маркетинга.

Вариант № 9
Проверяемые результаты обучения – 31
Раскройте понятие и сущность маркетинга. Охарактеризуйте виды маркетинга (массовый маркетинг, концентрированный или целевой маркетинг, дифференцированный маркетинг).

Вариант № 10
Проверяемые результаты обучения –32
1 Опишите жизненный цикл товара. Охарактеризуйте маркетинговую тактику на разных фазах ЖЦТ.

Вариант № 11
Проверяемые результаты обучения – 35
1 Охарактеризуйте сущность цены как маркетингового инструмента. Раскройте сущность ценовой политики: способы установления цен на товары и услуги, этапы и методы расчета цен в маркетинге.

Вариант № 12
Проверяемые результаты обучения – 33
1 Раскройте понятие и роль цен в маркетинге. Охарактеризуйте маркетинговые стратегии цен.

Вариант № 13
Проверяемые результаты обучения – 32
1 Дайте классификацию и характеристику предприятий розничной торговли.

Вариант № 14
Проверяемые результаты обучения – 34
1 Назовите и охарактеризуйте товарные знаки и марки. Опишите критерии обозначения товарных марок, стратегия товарных марок.

Вариант № 15
Проверяемые результаты обучения - 32
1 Раскройте понятие и сущность рекламы, охарактеризуйте ее значение в маркетинге. Охарактеризуйте виды и типы рекламы, функции рекламы.

Вариант № 16
Проверяемые результаты обучения –32
1 Дайте определение понятию и охарактеризуйте: рекламная кампания: планирование рекламной кампании, проведение и анализ результатов. Связи с общественностью.

Вариант № 17
Проверяемые результаты обучения – 33,
1 Дайте определение понятию и охарактеризуйте: планирование в маркетинге. Этапы процесса планирования. Раскройте кратко содержание маркетингового раздела бизнес-плана.

Вариант № 18
Проверяемые результаты обучения - 34

1 Дайте понятие, перечислите и охарактеризуйте конкурентные стратегии на рынке товаров и услуг.

Вариант № 19
Проверяемые результаты обучения – 34
1 Охарактеризуйте основные характеристики рынка: конкуренция на рынке товаров и услуг. Назовите и охарактеризуйте виды конкуренции.

Вариант № 20
Проверяемые результаты обучения - 33
Охарактеризуйте товарную политику и стратегии адаптации товара на зарубежном рынке.

Вариант № 21
Проверяемые результаты обучения – 35
1 Перечислите и охарактеризуйте способы выхода компаний на зарубежные рынки.

Вариант № 22
Проверяемые результаты обучения –32
1 Дайте классификацию и общую характеристику методов стимулирования сбыта: экономические и психологические приемы управления ценами. Ценовое стимулирование, стимулирование натурой, активное распространение.

Вариант № 23
Проверяемые результаты обучения –35
1 Опишите процесс управления маркетингом. Охарактеризуйте задачи и стадии контроля маркетинга.

Вариант № 24
Проверяемые результаты обучения – 35
1 Охарактеризуйте принципы **с**оставления анкет для сбора данных при проведении маркетингового исследования. Перечислите и охарактеризуйте вВиды вопросов.

Вариант № 25
Проверяемые результаты обучения – 35
1 Охарактеризуйте и раскройте содержание принципов и этапов маркетинговых исследований.

Вариант № 26
Проверяемые результаты обучения – 35
1 Раскройте содержание понятия маркетинговые исследования: опрос и его виды. Охарактеризуйте достоинства и недостатки опроса как метода маркетингового исследования.

Вариант № 27
Проверяемые результаты обучения – 33
Охарактеризуйте и раскройте содержание комплекса маркетинга в сфере товаров и услуг, особенности его реализации.

Вариант № 28
Проверяемые результаты обучения – 33
1 Охарактеризуйте и раскройте содержание маркетинговой среды предприятий товаров и услуг.

Вариант № 29
Проверяемые результаты обучения – 32
1 Дайте понятие о процессе предоставления услуги. Охарактеризуйте методы разработки и анализа процесса взаимодействия покупателя и продавца.

Вариант № 30
Проверяемые результаты обучения – 32
1 Охарактеризуйте особенности формирования рынка услуг. Рассмотреть и охарактеризовать рынок услуг и его особенности.

Вариант №31
Проверяемые результаты обучения – 35
1Охарактеризуйте и раскройте содержание эволюции концепции управления в сфере маркетинга. Охарактеризуйте и раскройте содержание: сервизация экономики - современная концепция маркетинга.

Вариант № 32
Проверяемые результаты обучения – 32
1 Дайте определение понятию и охарактеризуйте ассортиментную политику в маркетинге. Раскройте содержание матрицы Ансоффа.

Вариант № 33
Проверяемые результаты обучения – 31
1 Дайте определение понятию и охарактеризуйте сущность и содержание маркетинга. Назовите и охарактеризуйте объекты и субъекты маркетинга товаров и услуг.

Вариант №34
Проверяемые результаты обучения –35
1 Назовите и охарактеризуйте методы продления жизненного цикла товара.

Вариант № 35
Проверяемые результаты обучения – 35
1 Охарактеризуйте процесс создания нового товара. Охарактеризуйте этапы процесса инноваций.

Вариант № 36
Проверяемые результаты обучения – 32
1 Охарактеризуйте моделирование поведения потребителей товаров и услуг, дайте характеристику типов покупательского поведения пользователей товаров и услуг.

Вариант №37
Проверяемые результаты обучения – 32
1 Охарактеризуйте и раскройте содержанием маркетинговых коммуникаций на рынке товаров и услуг.

Вариант № 38
Проверяемые результаты обучения – 32
1 Дайте понятие каналов товародвижения, их маркетинговая характеристика. Раскройте содержание длина, ширина, интенсивность использования каналов товародвижения.

Вариант № 39
Проверяемые результаты обучения – 32
1 Охарактеризуйте и раскройте содержание сбытовой политики предприятия. Назовите и охарактеризуйте виды сбыта (простой, сложный, прямой, косвенный, комбинированный). Охарактеризуйте традиционную, вертикальную, горизонтальную системы сбыта.

Вариант № 40
Проверяемые результаты обучения – 32
1 Дайте понятие рынок в маркетинге. Охарактеризуйте и раскройте содержание основных признаков рынка: спрос, предложение, конъюнктура.

Вариант № 41
Проверяемые результаты обучения – 32
1 Дайте определение понятию и охарактеризуйте рынок в маркетинге. Перечислите и охарактеризуйте виды рынков.

Вариант № 42
Проверяемые результаты обучения – 32
1 Охарактеризуйте товар с точки зрения маркетинга. Охарактеризуйте и раскройте содержание позиционирования товара на рынке.

Вариант № 43
Проверяемые результаты обучения – 34
1 Дайте определение понятию упаковка товаров - компонент маркетинговых коммуникаций. Охарактеризуйте маркетинговые функции упаковки.

Вариант № 44
Проверяемые результаты обучения – 32
1 Дайте определение понятию и охарактеризуйте прямой маркетинг. Охарактеризуйте формы прямого маркетинга (прямой маркетинг по почте, маркетинг по каталогам, телемаркетинг, телевизионный маркетинг, электронная торговля). Охарактеризуйте сетевой маркетинг.

Вариант № 45
Проверяемые результаты обучения – 34
1 Дайте определение понятию и охарактеризуйте мерчендайзинг и сэмплинг как вид рекламной деятельности по поддержке, контролю и повышению результативности розничной торговли. Дайте определение понятию фирменный стиль и охарактеризуйте элементы фирменного стиля.

Вариант № 46
Проверяемые результаты обучения – 34
1 Дайте определение маркетинговая стратегия, охарактеризуйте её виды.
Дайте классификацию маркетинговых стратегий по товарам и рынкам. Раскройте содержание и охарактеризуйте варианты стратегий относительно доли на рынке.

ЗАДАНИЕ *(практическое)* **№ 2**

Текст задания: Выполнить условие практического задания
Условия выполнения задания:
1. Место (время) выполнения задания: кабинет маркетинга;
2. Максимальное время выполнения задания: 30 мин.
3. Разрешено воспользоваться:
Схемами организационных структур управления маркетингом.

При выполнении данного практического задания:

Провести анализ ситуаций, дать обоснованный ответ, определить оптимальные способы решения предложенных проблем, произвести необходимые расчеты.

Вариант № 1
Проверяемые результаты обучения – У3

1. В сегменте А находится 300000 детей. Из них 30 % девочек до 10 лет. Родители 35% девочек до 10 лет желают купить куклу «Барби» (как показали исследования). Определите, на какой объем продаж может рассчитывать фирма, продающая куклу «Барби» по 150 рублей за штуку (при отсутствии конкурентов).

Вариант № 2
Проверяемые результаты обучения – У4

1. Решите ситуацию:
При планировании нового товара фирмы на этапе экономического анализа представлены 2 идеи продукции – наборы кухонной мебели в упрощенном и улучшенном варианте.

Идея А – кухонный набор по цене –1000 р.

Идея В - кухонный набор по цене – 1200 р.

Потенциальный сегмент товара А – 9000 потребителей. В сегменте В – 7000 потребителей.
Разница в цене определяется затратами на отделку и упаковку. Потенциальные затраты по товару А составляют (на единицу продукции): на отделку – 240 руб.; на упаковку – 150 руб.
Потенциальные затраты по товару В составляют (на единицу продукции):
на отделку – 520 руб. на упаковку – 120 руб.
Определите, какой товар выгоднее профинансировать. Обоснуйте свое решение.

Вариант № 3
Проверяемые результаты обучения – У3

1. Подумайте и дайте обоснованный ответ на вопрос:
Вы владелец фирмы детской одежды:

а) на какие группы потребителей ориентируется ваша фирма?

б) как вы подойдете к проблеме изучения рынка?

в) как вы решите проблемы оформления, упаковки, товарной марки, дополнительных услуг?

г) каким каналом распределения вы будете пользоваться?

Вариант № 4
Проверяемые результаты обучения – У4

1. Дано: Покупатель А. Родионов считает, что марка диктофона "Элита" по необходимым ему свойствам оценивается: качество - 6 баллов, размер - 7 баллов, цена - 8 баллов. 70% своего предпочтения он отдает качеству, 60% - размеру и 50% - цене.

Оцените степень удовлетворения А. Родионова маркой "Велта".

Вариант № 5
Проверяемые результаты обучения – У1

1 Задание: Вычертить кривые и охарактеризовать типы ЖЦТ по типу:

а) «Бум»

б) «Сезонности»

в) «Продолжительное увлечение»

Вариант № 6
Проверяемые результаты обучения – У4

1 Имеется: фирма-производитель, фирма-оптовик,
фирма розничной торговли, покупатель.
Себестоимость производства на единицу продукции — 300 руб.
Стоимость услуг оптовика на единицу продукции — 80 руб.
Стоимость услуг розничной фирмы единицу продукции — 100 руб.
Ожидаемая прибыль для каждого участника канала распределения — 20 % себестоимости.
Рассчитайте цену товара, по которой ее приобретет покупатель.

Вариант № 7
Проверяемые результаты обучения – У3
1 Расставить в правильном порядке этапы процесса проведения маркетингового исследования:
а) выдача рекомендаций; **б)** анализ вторичной информации; **в)** определение проблемы;
г) сбор первичной информации; **д)** анализ данных; **е)** использование.

Вариант № 8
Проверяемые результаты обучения – У3

1 Отдел маркетинга предприятия располагает следующими данными о продаже товара **А:**
Объем продажи - 8000 изделий.
Отпускная цена производства - 5,0 руб. за изделие (без НДС).
Торговая сеть рассчитывает реализовывать товар А по цене, обеспечивающей прибыль 20% от цены продажи. Рассчитайте розничную цену товара А. Определите, сколько единиц товара А нужно продать, чтобы сохранить общую прибыль в случае, если цена будет снижена на 10%.

Вариант № 9
Проверяемые результаты обучения – У4
1 Разработайте комплекс сервисных услуг для следующих товаров:

а) видеокассеты;

б) принтеры;

в) бытовая техника;

г) мебель.

Вариант № 10
Проверяемые результаты обучения – У4

1 Покупатель А. Родионов считает, что марка диктофона "Элита" по необходимым ему свойствам оценивается: качество - 5 баллов, размер - 6 баллов, цена - 7 баллов. 60% своего предпочтения он отдает качеству, 40% - размеру и 50% - цене. Оцените степень удовлетворения А. Родионова маркой "Элита".

Вариант № 11
Проверяемые результаты обучения – У2

1 Руководство предприятия рассматривает вопрос об увеличении расходов на рекламу на 15 000 руб., при этом прогнозируется рост выручки от продаж на 30 000 руб., известно, что коэффициент маржинальной прибыли на предприятии составляет 0,6.
Определите, выгодно ли для предприятия увеличить расходы на рекламу?

Вариант № 12
Проверяемые результаты обучения – У4
На вопрос (слева) выбрать правильный ответ (справа):
1. Сколько лет действительна регистрация товарного знака? **а)** 5 лет; **б)** 2 года **в)** 10 лет
2. Фирменный знак это… **а)** слово **б)** группа слов **в)** знак **г)** символ **д)** рисунок
3. Фирменное имя это… **а)** рисунок **б)** знак **в)** слово **г)** группа слов **д)** буква

Вариант № 13
Проверяемые результаты обучения – У2
1 Ваша оптовая фирма предоставляет льготу розничному торговцу в межсезонное время при отпуске ему напитков. За покупку 20 ящиков напитка – 1 ящик отпускается бесплатно. Какую сумму должен перечислить вам розничный торговец, если вы отпускаете ему 200 ящиков по цене 300 рублей за ящик.

Вариант № 14
Проверяемые результаты обучения – У2
1 Ваша фирма занимается производством мебели (помимо других направлений). Имеет для данного отделения собственный канал распространения товаров: магазин сниженных цен, магазин-склад, магазин по продаже мебели с полным обслуживанием. Фирма выпустила новый набор мебели с улучшенными показателями качества. Через какой магазин целесообразнее продавать указанные наборы мебели. Дайте обоснованный ответ на вопрос почему?

Вариант № 15
Проверяемые результаты обучения – У3
1 Ваша фирма, специализирующаяся на выпуске игрушек, осваивает идею улучшенного товара – кукол «говорящих». Дайте обоснованный ответ на вопрос какие критерии вам необходимо учесть при сегментировании рынка?

Вариант № 16
Проверяемые результаты обучения – У3
1 Дайте ответ на вопрос какие из ниже перечисленных понятий являются внешними источниками и какие внутренними источниками вторичной информации при маркетинговом исследовании:1).Сообщение торгового персонала самой организации; 2).Бюджетные отчеты; 3).Данные маркетинговых исследований; 4). Информация, полученная с выставок и ярмарок, конференций, совещаний; 5).Обзоры рекламаций потребителей; 6).Научные исследования, собранные различными организациями (торговые палаты, торговые ассоциации); 7).Данные международных организаций, правительства, официальной статистики; 8) Научные исследования, проводимые специализированными маркетинговыми организациями.

Вариант № 17
Проверяемые результаты обучения – У3
1 Фирма, выпускающая мотоблоки, расширяет сегмент за счет продажи продукции дачникам. Проведенный опрос показал, что из 2000 дачников 20% желает купить мотоблоки по

цене 25000 рублей, 35 % - по цене 20000 рублей. Рассчитайте, на какой объем продаж может рассчитывать фирма?

Вариант № 18

Проверяемые результаты обучения – У1

1 Расскажите на уровнях потребностей в иерархии Маслоу, на удовлетворение которых рассчитаны следующие товары:

- индикаторы дыма; - автоматическая междугородняя телефонная связь;
- театры; - книжный магазин; - продукты питания

Вариант № 19

Проверяемые результаты обучения – У4

1 Имеется: фирма-производитель, фирма-оптовик,
фирма розничной торговли, покупатель.
Себестоимость производства на единицу продукции — 1000 руб.
Стоимость услуг оптовика на единицу продукции — 100 руб.
Стоимость услуг розничной фирмы единицу продукции — 200 руб.
Ожидаемая прибыль для каждого участника канала распределения — 15% себестоимости.
Рассчитайте цену товара, по которой ее приобретет покупатель.

Вариант № 20

Проверяемые результаты обучения – У3

1 Из перечисленных ниже факторов выбрать те, которые контролирует служба маркетинга, и факторы, которые не контролирует служба маркетинга.

Факторы:

1. Выбор целевых рынков. 2. Потребители, 3. Конкуренция.
4. Выбор целей маркетинга. 5. Правительство. 6. Выбор организации маркетинга.
7. Экономика. 8. Выбор структуры маркетинга. 9. Технология.
10. Независимые средства массовой информации.

Вариант № 21

Проверяемые результаты обучения – У1

1 Определить емкость регионального рынка товара **А** на основе следующих данных:

- внутренне региональное производство товара А – 4200 штук**;**
- импорт – 250 штук;
- экспорт – 150 штук;
- остаток товаров А на начало года - 120 штук;
- остаток товаров А на конец года - 80 штук.

Вариант № 22

Проверяемые результаты обучения – У1

1 Дайте обоснованный ответ на вопрос, какую ассортиментную политику осуществляет фирма, если она имеет 10 магазинов, 2 ателье по пошиву и ремонту одежды.

Вариант № 23

Проверяемые результаты обучения – У3

1 Ваша фирма, специализирующаяся на выпуске игрушек, осваивает идею улучшенного товара – электромузыкальных игрушек. Какие критерии вам необходимо учесть при сегментировании рынка?

5.2.4 Пакет экзаменатора

ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА						
Задание ***Теоретическое задание № 1*** **Составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты** *указывается тип задания (теоретическое, практическое), номер задания и его краткое содержание*						
Результаты освоения (объекты оценки)	**Критерии оценки результата** (в соответствии с разделом 2 описание показателей и критериев оценивания компетенций)					**Отметка о выполнении**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	
Знает: **З1** составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;	Отсутствие знания - составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;	Фрагментарное знание: составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;	Неполное знание: составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;	В целом сформировавшееся знание составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;	Сформировавшееся систематическое знание составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;	
Задание ***Теоретическое задание № 2*** **Средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику** *указывается тип задания (теоретическое, практическое), номер задания и его краткое содержание*						
Знает: **З2** средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые	Отсутствие знания основных понятий: - средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров,	Фрагментарное знание основных понятий: средства: удовлетворения потребностей, распределения и	Неполное знание основных понятий: средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров,	В целом сформировавшееся знание основных понятий: средства: удовлетворения потребностей,	Сформировавшееся систематическое знание основных понятий: средства: удовлетворения потребностей,	

коммуникации и их характеристику;	маркетинговые коммуникации и их характеристику;	продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;	маркетинговые коммуникации и их характеристику;	распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;	распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
Задание ***Теоретическое задание № 3*** **Методы изучения рынка, анализа окружающей среды; этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.** *указывается тип задания (теоретическое, практическое), номер задания и его краткое содержание*					
Знает: **З3** -методы изучения рынка, анализа окружающей среды - этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.	Отсутствие знания этапов маркетинговых исследований, их результатов; управления маркетингом.	Фрагментарное знание этапов маркетинговых исследований, их результатов; управления маркетингом.	Неполное знание этапов маркетинговых исследований, их результатов; управления маркетингом.	В целом сформировавшееся знание этапов маркетинговых исследований, их результатов; управления маркетингом.	Сформировавшееся систематическое полное знание этапов маркетинговых исследований, их результатов; управления маркетингом.
Задание ***Теоретическое задание № 4*** Конкурентная среда, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; *указывается тип задания (теоретическое, практическое), номер задания и его краткое содержание*					
Знает: **З4** конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;	Отсутствие знания видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности;	Фрагментарное знание видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности;	Неполное знание видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности;	В целом сформировавшееся знание видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности;	Сформировавшееся систематическое полное знание видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности;
Имеет практический опыт:[****]	Не предусмотрено	Не предусмотрено	Не предусмотрено	Не предусмотрено	Не предусмотрено

Условия выполнения заданий
Время выполнения задания мин./час. *(если оно нормируется)* 90 Требования охраны труда: *инструктаж по технике безопасности, указания преподавателя по выполнению заданий* Оборудование: ручка, бумага. Литература (справочная, методическая, нормативная и др.) 1.Схемы организационных структур управления маркетингом.

ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА					
Задание <u>практическое № 1</u> <u>Выявление, формирование и удовлетворение потребности</u> *указывается тип задания (теоретическое, практическое), номер задания и его краткое содержание*					
Умеет: **У1** выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	Отсутствие умения выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	Фрагментарное умение выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	Неполное умение выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	В целом сформировавшееся умение выявлять, формировать и удовлетворять потребности.	Сформировавшееся систематическое умение выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
Задание <u>практическое № 2</u> Обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций *указывается тип задания (теоретическое, практическое), номер задания и его краткое содержание*					
Умеет: **У2** обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;	Отсутствие умения выявления, формирования и удовлетворения потребностей;	Фрагментарное умение выявления, формирования и удовлетворения потребностей;	Неполное умение выявления, формирования и удовлетворения потребностей;	В целом сформировавшееся умение выявления, формирования и удовлетворения потребностей;	Сформировавшееся систематическое умение выявления, формирования и удовлетворения потребностей;
Задание <u>практическое № 3</u> <u>Проведение маркетинговых исследований рынка</u> *указывается тип задания (теоретическое, практическое), номер задания и его краткое содержание*					

У3 проводить маркетинговые исследования рынка;	Отсутствие умения проведения маркетинговых исследований рынка;	Фрагментарное умение проведения маркетинговых исследований рынка;	Неполное умение проведения маркетинговых исследований рынка;	В целом сформировавшееся умение проведения маркетинговых исследований рынка;	Сформировавшееся систематическое умение проведения маркетинговых исследований рынка;
Задание <u>практическое № 4</u> <u>Оценивание конкурентоспособности товаров</u> *указывается тип задания (теоретическое, практическое), номер задания и его краткое содержание*					
У4 оценивать конкурентоспособность товаров;	Отсутствие умения оценивания конкурентоспособности товаров;	Фрагментарное умение оценивания конкурентоспособности товаров;	Неполное умение оценивания конкурентоспособности товаров;	В целом сформировавшееся умение оценивания конкурентоспособности товаров;	Сформировавшееся систематическое умение оценивания конкурентоспособности товаров;
Имеет практический опыт:****	Не предусмотрено	Не предусмотрено	Не предусмотрено	Не предусмотрено	Не предусмотрено
Условия выполнения заданий Время выполнения задания мин./час. *(если оно нормируется)* 90 Требования охраны труда: инструктаж по технике безопасности. *инструктаж по технике безопасности, указания преподавателя по выполнению заданий* Оборудование: ручка, бумага, индивидуальное задание для выполнения практической работы. Литература (справочная, методическая, нормативная и др.) 1.Схемы организационных структур управления маркетингом.					