

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА»  
Рязанский станкостроительный колледж РГРТУ

ФОНД  
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

для специальности 38.02.04 Коммерция

Квалификация выпускника Менеджер по продажам

Рязань 2024

Рассмотрено и рекомендовано к утверждению на заседании  
цикловой комиссии экономических дисциплин

Протокол №14 от 07.05.2024

Председатель комиссии Пименова Н.Н.

Разработчики: Раковская Е.В, Чубукова Е.В., Пименова Н.Н.,  
преподаватели РССК «РГРТУ»

## **СОДЕРЖАНИЕ**

	<b>Стр</b>
<b>1 ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ</b>	<b>4</b>
<b>2 ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>10</b>
<b>3 ОЦЕНКА ПО УЧЕБНОЙ И (ИЛИ) ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ</b>	<b>124</b>
<b>4 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО</b>	<b>126</b>
<b>5 КРИТЕРИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОЦЕНКИ ПО КАЖДОМУ ОЦЕНОЧНОМУ СРЕДСТВУ</b>	<b>145</b>

# **1 ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

## **ПМ.02.Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.**

### **1.1 Общие положения.**

Оценочные средства разработаны в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям). Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен (квалификационный). Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен, с выставлением оценки за работу, продемонстрированную на экзамене».

### **1.2 Формы контроля и оценивания элементов профессионального модуля**

Элемент модуля	Форма контроля и оценивания	
	Формы промежуточной аттестации	Текущий контроль
МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение	Текущая аттестация	Защита практических работ, выполнение ситуационных заданий по темам МДК, тестирование, опрос.
МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	Текущая аттестация	Защита практических работ, курсовой работы, выполнение ситуационных заданий по темам МДК, тестирование
МДК.02.03. Маркетинг	Текущая аттестация	Защита практических работ, выполнение ситуационных заданий по темам МДК, тестирование
УП	Дифференцированный зачет	Выполнение плана практики – отчет по контрольным точкам, защита отчета.
ПП	Дифференцированный зачет	Выполнение плана практики – отчет по контрольным точкам, защита отчета.

### 1.3 Требования к результатам освоения программы профессионального модуля

Код и наименование ПК (ОК)	Код и наименование основных показателей оценки результатов (ОПОР)	Код и наименование практического опыта	Код и наименование умений	Код и наименование знаний
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.	- составление финансовых документов и отчетов, - анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций,	ПО.4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;	У.1. Составлять финансовые документы и отчеты; У.5. Анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; У.6. Применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	3.7. 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
ПК.2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	- составление и оформление финансовых документов и отчетов	ПО 1. Оформление финансовых документов и отчетов	У.1. Составлять финансовые документы и отчеты	
ПК.2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	- осуществление денежных расчетов, - применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	ПО 2. Проведения денежных расчетов. ПО.4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности	У.2. Осуществлять денежные расчеты; У.6. Применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	3.7. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию

		торговой организации;		аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности
ПК.2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	- расчет основных налогов, - анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций	ПО.3 Расчет основных налогов ПО.4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;	У.3. Пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения У.4. Рассчитывать основные налоги У.5. Анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; У.6. Применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	3.4. Методика расчета основных видов налогов 3.7. 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
ПК.2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	- использование нормативных документов в области налогообложения, регулирующих механизм и порядок налогообложения, - выявление потребностей (спроса) на товары, - выявление, формирование и удовлетворение потребности,	<b>ПО 1.</b> Выявлять потребности (спрос) на товары;	<b>У 1</b> Выявлять, формировать и удовлетворять потребности У.3. Использовать нормативные документы в области налогообложения, регулирующие механизм и порядок налогообложения.	<b>З 1.</b> Составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты.  <b>З2.</b> Средства удовлетворения потребностей,

	- участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций			распределения и продвижения товаров,
ПК.2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	- обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций	<b>ПО 2.</b> Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций	<b>У 2</b> Обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций	<b>33.</b> Маркетинговые коммуникации и их характеристику
ПК.2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	- проведение маркетинговых исследований рынка, - реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка	<b>ПО 3</b> Анализ маркетинговой среды организации	<b>У3</b> Проводить маркетинговые исследования рынка	<b>34.</b> Методы изучения рынка, анализа окружающей среды <b>35.</b> Этапы маркетинговых исследований, их результат, управление маркетингом
ПК.2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	- обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций, - оценка конкурентоспособности товаров	<b>ПО 4</b> Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка	<b>У4</b> Оценивать конкурентоспособность товара	<b>36.</b> Конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности
ПК.2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности,	- составление финансовых документов и отчетов, - применение методов и приемов финансово-хозяйственной	<b>ПО.4.</b> Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности	<b>У.5.</b> Анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;	<b>3.7.</b> Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы,

осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.	деятельности для разных видов анализа	торговой организации;	У.6. Применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии.			
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.			
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- демонстрация способности 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,	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач,			



профессионального и личностного развития.	профессионального и личностного развития.			
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения.			
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня.			
ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.	- верные и полные ответы на поставленные вопросы			
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	- выполнение заданий в соответствии с законодательством, нормативными документами стандартами, техническими условиями			

## 2 ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Основной целью оценки теоретического курса профессионального модуля является оценка умений и знаний.

### 2.1 ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ МДК 2.1. Финансы, налоги и налогообложение, МДК 2.2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

#### 2.1.2 Распределение типов и количества контрольных заданий по элементам знаний и умений

Номера и наименования разделов, тем.	Текущий контроль		Промежуточный контроль	
	Тип контрольного задания	Код и наименование умений, знаний	Тип контрольного задания	Код и наименование умений, знаний
<b>Раздел 1.Изучение структуры финансов и налоговой политики</b>				
<b>1.</b> Теоретические основы организации финансов	17 № 1-7 11 №1	3.1	-	-
<b>2.</b> Доходы и расходы организаций	17 № 1-9 11 №2 13 № 2.1-2.5	3.2 У.2 У.5	-	-
<b>3.</b> Финансовые результаты деятельности организаций.	17 № 1-16 11 №3 13 № 3.1-3.7	3.7 У.1 У.5	-	-
<b>4.</b> Основной капитал	17 № 1-12 11 №4 13 № 4.1-4.5	3.2 У.2	-	-
<b>5.</b> Оборотный капитал.	17 № 1-7 11 № 5 13 № 5.1-5.6	3.2 3.2 У.2 У.5	-	-
<b>6.</b> Финансовое планирование и бюджетирование организаций	17 № 1-10 13 № 6.1-6.3	У.2 У.1	-	-
<b>7.</b> Организация денежных расчетов.	17 № 1-13 13 № 7.1-7.2	У.2 У.5	-	-
<b>8.</b> Кредитование предприятий	17 № 1-10 13 № 8.1-8.7	У.2 3.2	-	-
<b>9.</b> Налоговая система РФ	17№1, 4№1	У1,31,32	-	-
<b>10.</b> Федеральные, региональные и местные налоги	13№1, 11№1,4№1 11№2,4№1,13№2 17№3,4№1 17№3,13№3,4№1 17№4, ,4№1 11№3,13№3,№1	У2.1,34 У2.2,34 У2.3,34 У2.4,34 У2.5,34 У2.6,34	-	-

11. Организация налоговых служб	17№5	33	-	-
<b>Раздел 2. Изучение методов анализа основных показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации</b>				
Тема 1. Понятие, задачи и виды АФХД	17 №1-12, 9 №1	3.6	-	-
Тема 2. Методы АФХД	17 №1-10, 13 №1-17	У.6, 3.6	-	-
Тема 3. Организация и информационное обеспечение АФХД	17 №1-7, 9 №1-2	3.6	-	-
Тема 4. Анализ основных средств организации	17 №1-7, 13 №1-2, 9 №1	У.6, 3.6	-	-
Тема 5. Анализ оборотных средств организации	17 №1-10, 13 №1-2	У.6, 3.6	-	-
Тема 6. Анализ трудовых ресурсов организации	17 №1-10, 13 №1, 9 №1-3	У.6, 3.6	-	-
Тема 7. Анализ товарооборота	17 №1-7, 13 №1-6, 9 №1	У.5, У.6, 3.6	-	-
Тема 8. Анализ себестоимости продукции	17 №1-7, 13 №1-3, 9 №1-2	У.5, У.6, 3.6	-	-
Тема 9. Анализ финансовых результатов деятельности организации	17 №1-9, 13 №1-3, 9 №1	У.5, У.6, 3.6	-	-
Тема 10. Анализ ликвидности и платежеспособности организации	17 №1-10, 13 №1, 9 №1-5	У.6, 3.6	-	-
Тема 11. Анализ финансовой устойчивости организации	17 №1-5, 13 №1	У.6, 3.6	-	-
<b>Раздел 3. Организация маркетинговой деятельности торговых предприятий.</b>				
Тема 1. Основы маркетинга	13 (1), 13 (2), 4(1), 11 (4)	У 1 31 32	19 (№1, 2)	У 1 31 32
Тема 2. Исследования рынка	13 (3), 13 (4), 13 (5), 13 (6), 13 (7), 11 (1), 13 (8), 4 (2), 11 (3), 13 (11), 11 (4)	У3, У4, 34, 35,	19 (№7,8,9,11, 12)	У3, У4, 34, 35,

		36		36
Тема 3. Основные стратегии маркетинга	4(3), 13 (9), 11 (4),	У 1 31 32	19 (№10)	У 1 31 32
Тема 4. Сбытовая функция маркетинга	13 (9)	У 1 31 32	19 (№10)	У 1 31 32
Тема 6. Маркетинговые коммуникации	11 (2), 13 (10), 11 (4)	У2 33	19 (№ 3,4,5,6)	У2 33
Тема 1. Основы маркетинга	13 (1), 13 (2), 4(1), 11 (4)	У 1 31 32	19 (№1, 2)	У 1 31 32

### **Задания для оценки освоения МДК 2.1. Финансы, налоги и налогообложение**

#### **ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ФИНАНСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Опрос.

1. Определите сущность и функции финансов в экономике.
2. Опишите основные функции денег и денежного обращения.
3. Что понимается под финансами организации?
4. Раскройте содержание основных функций финансов предприятий.
5. Что представляет собой механизм управления финансами предприятий?
6. Охарактеризуйте субъект и объект управления финансами.
7. Дайте характеристику методам и инструментам управления финансами коммерческой организации.

#### **Тестовые задания № 1**

1. Финансы предприятий - это
  - а) деньги, находящиеся в распоряжении организации
  - б) совокупность финансовых ресурсов, используемых организациям в результате своей деятельности
  - в) экономические отношения по поводу формирования и использования фондов денежных средств организации
2. Для акционерных обществ государство регламентирует размер
  - а) резервного фонда
  - б) фонда накопления
  - в) фонда потребления
  - г) фонда накопления и потребления
  - д) резервного фонда и фонда накопления

3. Начальник финансового отдела организации должен подчиняться
- а) директору по производству и директору по маркетингу
  - б) главному бухгалтеру или директору по финансам
  - в) директору организации или финансовому директору
  - г) нет правильных ответов
4. Функции финансов организации
- а) аккумулирующая, распределительная, перераспределительная
  - б) распределительная, контрольная, регулирующая
  - в) аккумулирующая, распределительная, контрольная
5. Пропорционально личному трудовому участию прибыль распределяется между собственниками, если организационно-правовой формой организации является
- а) полное товарищество
  - б) акционерное общество
  - в) производственный кооператив
  - г) унитарное организация
6. Принцип самофинансирования заключается в том, что
- а) выручка организации должна быть не меньше затрат организации
  - б) выручка организации должна быть выше затрат организации
  - в) выручка организации должна быть равна затратам организации
7. Некоммерческая организация - это организация, которая
- а) не может иметь прибыли
  - б) может прибыль направлять на выплату учредительного дохода
  - в) ставит своей целью получение прибыли
  - г) не ставит своей целью получение прибыли и не может прибыль направлять на выплату учредительного дохода
  - д) не ставит своей целью получение прибыли и не может иметь прибыли
8. Все собственники несут материальную ответственность по обязательствам организации в пределах вклада в уставный капитал, если организационно-правовой формой организации является
- а) полное товарищество
  - б) общество с ограниченной ответственностью
  - в) товарищество на вере
  - г) унитарное организация на правах оперативного управления
9. Уровень, формы и системы оплаты труда на негосударственном предприятии
- а) полностью регламентируются государством
  - б) регламентируются государством для целей налогообложения
  - в) регламентируется только минимальный уровень оплаты труда
  - г) не регламентируется государством
  - д) регламентируются формы и минимальный уровень оплаты труда

**Время на выполнение: 30 мин.**  
**Перечень объектов контроля**

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
31. Сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения	Определение сущности и роли финансов в экономике. Определение содержания функций финансов и денег.

### Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

## ТЕМА 2. ДОХОДЫ И РАСХОДЫ ОРГАНИЗАЦИЙ

### Опрос

1. Каким образом классифицируются доходы организации?
2. Каким образом классифицируются расходы организации?
3. Охарактеризуйте методы планирования доходов.
4. Охарактеризуйте методы планирования расходов.
5. В чем отличие себестоимости товарной продукции от себестоимости реализованной продукции?
6. Какова классификация себестоимости продукции по элементам затрат? С какой целью составляют смету затрат на производство и реализацию продукции?
7. Какова классификация себестоимости по статьям калькуляции? Зачем составляют калькуляцию продукции?
8. Приведите примеры постоянных и переменных, прямых и косвенных затрат?
9. Каким образом определяется величина косвенных расходов в себестоимости единицы продукции?

### Тестовые вопросы № 2

1. Себестоимость проданной продукции по форме № 2 «Отчет о финансовых результатах» - это
  - а) полная себестоимость реализованной продукции
  - б) себестоимость реализованной продукции без учета коммерческих расходов
  - в) себестоимость реализованной продукции без учета коммерческих и управленческих расходов
  - г) себестоимость товарной продукции
2. К коммерческим расходам не относятся
  - а) расходы на транспортировку продукции потребителю

- б) расходы на телерекламу
  - в) курсовые разницы
  - г) расходы по погрузочно-разгрузочным работам
  - д) оплата услуг предприятий-посредников
  - е) расходы, связанные со сбытом продукции
3. К расходам организации для целей бухгалтерского учета не относятся
- а) остаточная стоимость списанных основных средств
  - б) списанная нереальная для взыскания дебиторская задолженность
  - в) проценты, уплачиваемые организациям по кредитам банку
  - г) затраты на приобретение оборудования стоимостью свыше 20 тыс.р.
  - д) отрицательные курсовые разницы
  - е) убытки прошлых лет, выявленные в отчетном году
4. Каков уровень затрат на один рубль выпущенной продукции, если организация выпустило 1250 изделий по цене 1,5 тыс. р. Переменные затраты на единицу продукции составили 750 р. Постоянные затраты на весь объем выпуска - 2200 тыс. р.
- а) 1,05
  - б) 0,55
  - в) 2,51
  - г) 0.5
  - д) 1,67
5. Какие виды затрат можно выделить в зависимости от их изменения при изменении объема производства
- а) переменные и постоянные
  - б) прямые и косвенные
  - в) основные и накладные
6. Коммерческие расходы включаются в
- а) производственную себестоимость
  - б) технологическую себестоимость
  - в) полную себестоимость
  - г) цеховую себестоимость
7. Как изменится уровень затрат на единицу продукции при сокращении объёма производства
- а) не изменится
  - б) переменные уменьшатся, постоянные увеличатся
  - в) постоянные уменьшатся, переменные увеличатся
  - г) переменные увеличатся, постоянные не изменятся
  - д) переменные не изменятся, постоянные увеличатся
  - е) переменные не изменятся, постоянные уменьшатся
8. Калькуляция себестоимости составляется для
- а) определения затрат на производство и реализацию единицы продукции
  - б) для распределения затрат по экономическим элементам
  - в) для выделения переменных и постоянных расходов

9. Общую величину доходов организации для целей бухгалтерского учета составляют

- а) доходы по обычным видам деятельности и прочие доходы
- б) доходы от основной и чрезвычайной деятельности
- в) доходы от операционной и внереализационной деятельности
- г) доходы от внереализационной, основной, операционной и чрезвычайной деятельности

10. Как классифицируются затраты по экономическим элементам для целей бухгалтерского учета

- а) материальные, оплата труда, амортизация, прочие
- б) материальные, оплата труда, отчисления на социальные нужды, амортизация, прочие
- в) материальные, оплата труда с отчислениями, амортизация, управленческие
- г) материальные, энергия, оплата труда, аренда, амортизация, коммерческие
- д) материальные, энергия, оплата труда с отчислениями, амортизация, прочие

11. В полную себестоимость не включаются

- а) управленческие расходы
- б) коммерческие расходы
- в) коммерческие и управленческие расходы
- г) внереализационные расходы

12. Постоянные затраты на единицу продукции уменьшаются

- а) при сокращении объема производства
- б) при росте объема производства
- в) они всегда постоянны
- г) при сокращении цены основных материалов и комплектующих изделий

### ***Задачи и ситуации***

#### **Задача 2.1**

Рассчитайте суммы доходов от обычных видов деятельности и прочие, полученные коммерческой организацией за отчетный период по данным:

- выручка от продажи продукции – 8980 тысяч рублей (в том числе НДС 18 %);
- авансы, полученные в счет оплаты продукции - 1322 тысяч рублей;
- получаемая арендная плата – 120 тысяч рублей с НДС;
- получены проценты по облигациям – 12,6 тысяч рублей;
- возвращен заем, предоставленный другой организации – 250 тысяч рублей;
- получены штрафы за нарушение условий договора – 57,2 тысячи рублей;
- выявлена прибыль прошлых лет – 132 тысячи рублей;
- получено страховое возмещение от страховой компании за гибель имущества в результате пожара – 29, 2 тысячи рублей.

#### **Задача 2.2**



Выручка от продажи продукции в отчетном периоде составила 100000 рублей. Цена единицы продукции составляет 500 рублей. В следующем (плановом) периоде предполагается рост натурального объема продаж на 4% и одновременное снижение цен на 5 %. Определите плановую выручку от продаж.

### Задача 2.3

Каков уровень затрат на один рубль реализованной продукции, если организация реализовало 1200 изделий по цене 1,5 тыс. р. Переменные затраты на единицу продукции составили 700 р. Постоянные затраты на весь объем выпуска – 2200 тыс. р.

### Задача 2.4

Рассчитайте себестоимость продукции в плановом периоде и экономию затрат на постоянных расходах. В отчетном периоде было выпущено 450 изделий. Переменные расходы составили 300 тыс. р., постоянные расходы – 150 тыс. р. Планируется увеличить объем производства на 10 %.

### Задача 2.5

Рассчитайте полную себестоимости изделий А и В. Общепроизводственные расходы распределите пропорционально основной заработной плате основных рабочих. Объем производства изделий А и В представлен в таблице 2.1. Затраты на сырье и основные материалы для одного изделия А – 300 р. , для изделия В – 200 р. Возвратные отходы по изделию А – 50 р., по изделию В – 60 р. Норма времени изготовления одного изделия А - 50 нормо-ч, для изделия В – 80 нормо-ч. Работы по изделию А тарифицируются 4 разрядом, по изделию В – 6 разрядом. Часовая тарифная ставка 4 разряда – 5 р., 6 разряда – 6 р. Дополнительная заработная плата составляет 15%. Общепроизводственные расходы по цеху за месяц составили 74,4 т.р. Общехозяйственные расходы составляют 120% от основной заработной платы основных рабочих. Коммерческие расходы - 4% от производственной себестоимости.

Таблица 2.1

Данные о месячном объеме производства изделий

Показатель	Варианты									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Объем производства изделий А, шт	200	180	150	160	100	130	220	170	100	250
Объем производства изделий В, шт	100	110	140	130	200	170	80	100	150	90

**Время на выполнение: 45 мин.**

## Перечень объектов контроля

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
32. финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;	Элементы доходов и расходов организации.
У 2. Осуществлять денежные расчеты	Расчет показателей доходов и расходов.
У 5. анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых	Анализ торговой деятельности.

## Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

## ТЕМА 3. ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

### Опрос

1. Охарактеризуйте различные подходы к определению финансового результата деятельности организации?
2. Охарактеризуйте систему показателей бухгалтерской прибыли организации.
3. Как рассчитывается чистая прибыль организации?
4. Охарактеризуйте направления использования чистой прибыли организации.
5. Перечислите направления использования резервного фонда.
6. Как рассчитывается налогооблагаемая прибыль организации?
7. Охарактеризуйте систему показателей рентабельности.
8. Сформулируйте основное правило регулирования рентабельности активов.
9. Какова ставка по налогу на прибыль? Каковы особенности обложения налогом доходов в виде дивидендов.
10. Перечислите основные методы планирования прибыли.
11. Как рассчитывается точка безубыточности, порог рентабельности и запас финансовой прочности?
12. В чем отличие порога рентабельности и точки безубыточности?
13. Какова цель расчета порога рентабельности?
14. В чем заключается действие операционного рычага?
15. Как рассчитывается и что показывает сила воздействия операционного рычага?
16. В чем заключается действие финансового рычага?

### Тестовые задания № 3

1. Рентабельность продукции показывает
  - а) качество организации производства продукции
  - б) эффективность производства и реализации продукции
  - в) возможность увеличения продаж
  - г) капиталоемкость производства и реализации продукции
2. Какой зависимостью связаны показатели точки безубыточности и порога рентабельности
  - а) они прямо пропорциональны
  - б) они обратно пропорциональны
  - в) они непропорциональны
  - г) степенной зависимостью
  - д) не зависят друг от друга
3. Чем больше величина операционного рычага
  - а) тем меньше доля постоянных затрат организации
  - б) тем выше финансовый риск
  - в) тем большее изменение прибыли будет порождаться изменением выручки
4. Какую величину валовой маржи должен обеспечить предприятию выпуск 250 изделий, если общая величина постоянных издержек прогнозируется на уровне 25000 р., а безубыточный объем выпуска равен 100 шт. при цене единицы 300 р./шт.
  - а) 90 тыс.р.
  - б) 62,5 тыс.р.
  - в) 10 тыс.р.
5. Рентабельность активов - это
  - а) отношение чистой прибыли к собственному капиталу
  - б) отношение прибыли до налогообложения к заёмным средствам
  - в) произведение величины активов и прибыли до налогообложения
  - г) частное от деления прибыли до налогообложения на среднюю величину активов
6. Как изменится порог рентабельности при неизменной цене, если прогнозируется рост постоянных затрат на 10 %
  - а) уменьшится на 10 %
  - б) увеличится на 10 %
  - в) не изменится
  - г) увеличится на 15 %
  - д) уменьшится на 20 %
7. Если сила воздействия операционного рычага составляет 2,5, то это означает, что
  - а) в 2,5 раза увеличился предпринимательский риск
  - б) при увеличении выручки на 10 % прибыль организации возрастет на 25 %
  - в) при уменьшении выручки прибыль возрастет на 2.5 %
  - г) при уменьшении объема производства на 6 % прибыль увеличится на 15%

8. Что произойдёт с точкой безубыточности, если возрастут постоянные затраты
- а) она не изменится
  - б) сместится вниз
  - в) сместится вверх
  - г) сместится вправо
  - д) сместится влево
  - е) вниз и вправо
  - ж) сместится вверх и влево
  - з) сместится вверх и вправо
9. Величина прибыли до налогообложения не может быть определена, если
- а) неизвестна ставка налога на прибыль
  - б) неизвестна сумма погашенного кредита
  - в) неизвестны прочие доходы и расходы
10. Выберите верную формулу для определения порога рентабельности
- а)  $Z_{\text{пост.}} / (\text{Цед} - Z_{\text{пер.ед}})$
  - б)  $(\text{Выручка} * Z_{\text{пер.общие}}) / \text{Вал. Маржа}$
  - в)  $(3 \text{ пост.} * \text{Выручка}) / (\text{Выручка} - Z_{\text{пер. общие}})$
11. Величина операционного рычага равна 4, прибыль от реализации 300 единиц продукции составляет 400 млн.р., цена единицы = 10 р./шт. Общие переменные издержки при этом будут равны
- а) 1200р.
  - б) 1400 р.
  - в) 2900 р.
12. Запас финансовой прочности показывает
- а) разницу между фактической выручкой и порогом рентабельности
  - б) меру финансового риска, выраженную в процентах
  - в) силу воздействия финансового рычага
  - г) долю постоянных затрат в валовой марже

### ***Задачи и ситуации***

#### **Задача 3.1**

Распределить прибыль АО и определить годовой дивиденд по обыкновенным акциям.

**Исходные данные.** Выпущено и реализовано 70000 акций по номинальной стоимости 10000 руб. за акцию. Удельный вес привилегированных акций 25%, годовой дивиденд по привилегированным акциям 2500 руб. за акцию.

Организация будет выпускать 600 изд. по цене 1000 тыс. р. с рентабельностью продаж 100%. Отчисления в резервный фонд 5% от чистой прибыли, средства, направленные на накопление – 50 % от чистой прибыли, на потребление – 10 % от чистой прибыли.

#### **Задача 3.2**

Составить отчет о финансовых результатах. Распределить прибыль отчетного года.

**Исходные данные.** Организация за год реализовало 500 ед. продукции по цене 2 тыс. р. за штуку, полная себестоимость единицы изделия 1,2 тыс. р. Общая сумма коммерческих расходов за год 100 тыс. р., общехозяйственные расходы составляют 20% от производственной себестоимости.

В отчетном году организация реализовало основных производственных фондов на 20 тыс. р., остаточная стоимость реализованных основных производственных фондов 10 тыс. р., затраты на реализацию основных производственных фондов составили 1 тыс. р.

Доход по приобретенным акциям другого организации в отчетном году составил 120 тыс. р., присужденные и признанные должником штрафы - 7 тыс. р., убытки от хищения товарно-материальных ценностей - 15 тыс. р.

Проценты, выплачиваемые в отчетном году по краткосрочным кредитам - 50 тыс. р. Ставка процентов по кредитам 20 %. Ставка рефинансирования – 10 %.

Учетной политикой организации предусмотрено направить в резервный фонд 10 % чистой прибыли, на накопление - 40 % чистой прибыли, на потребление - 5 % чистой прибыли, а остальную прибыль направить на выплату дивидендов.

### **Задача 3.3**

Определить изменение рентабельности производства при повышении оборачиваемости оборотных средств.

Среднегодовая стоимость основных фондов в базовом году 400 тысяч рублей. Остаток оборотных средств в базовом году 200 тысяч рублей. Прибыль от продаж базового года 250 тысяч рублей. Выручка от реализации в базовом году 1200 тысяч рублей. Планируется увеличить оборачиваемость оборотных средств на 8% при неизменных объемах реализации и стоимости основных фондов.

### **Задача 3.4**

Рассчитайте прибыль в плановом году.

В отчетном году организация реализовало продукции на 700 тысяч рублей. Затраты на производство и реализацию продукции составили 450 тысяч рублей, из них 200 тысяч рублей переменные расходы.

Планируется:

А) увеличить выручку на 10%;

Б) снизить выручку на 20% ;

В) увеличить выручку на 25%.

### **Задача 3.5**

Организация в отчетном году реализовало 700 изделий А по цене 20 тыс. р. за штуку и 300 изделий Б по цене 15 тыс. р. за штуку. Полная себестоимость изделия А – 14 тыс. р., изделия Б – 9 тыс. р. Общехозяйственные расходы – 250

тыс. р. Коммерческие расходы – 100 тыс. р. Прочие расходы составили 100 тыс. р., прочие доходы – 50 тыс. р. Налог на прибыль 20 %.

Рассчитайте по форме №2 валовую прибыль, прибыль от реализации продукции, прибыль до налогообложения и чистую прибыль организации.

### Задача 3.6

Организация в отчетном году реализовало 850 единиц продукции. Оптовая цена единицы продукции 60 тыс. р. Полная себестоимость единицы продукции 40 тыс. р. Среднегодовая стоимость основных производственных фондов организации 70 млн. р., средний остаток оборотных средств 40 млн. р. Средний остаток внеоборотных активов 90 млн. р. Налог на прибыль организации 20 %. Рассчитайте показатели рентабельности продукции, рентабельности капитала, рентабельности продаж, рентабельности производства.

### Задача 3.7

Выручка от реализации продукции – 160 тыс. р.; затраты на производство и реализацию продукции – 140 тыс. р.; прочие доходы 20 тыс. р.; прочие расходы – 15 тыс. р. Определить прибыль до налогообложения и чистую прибыль.

**Время на выполнение: 90 мин.**

### Перечень объектов контроля

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
37. методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы,	Показатели финансово-хозяйственной деятельности.
У1. составлять финансовые документы и отчеты	Правильность оформления финансовых документов.
У5. анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций	Анализ торговой деятельности.

### Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

## ТЕМА 4. ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ ОРГАНИЗАЦИИ

### Опрос

1. Охарактеризуйте способы начисления амортизационных отчислений для бухгалтерского и налогового учета
2. Понятие амортизируемого имущества.
3. Порядок определения срока полезного использования амортизируемого имущества.
4. Влияние амортизационной политики на налогообложение организации.
5. Влияние переоценки основных средств на суммы начисленной амортизации и налогообложение организации.
6. Перечислите собственные источники финансирования капитальных вложений.
7. Финансовые результаты деятельности пре. Перечислите заемные источники финансирования капитальных вложений.
8. Каковы преимущества и недостатки внешнего финансирования капитальных вложений?
9. Каковы преимущества и недостатки использования собственных источников финансирования капитальных вложений?
10. Каковы преимущества и недостатки лизинга?
11. Каковы составляющие лизинговой платы?
12. В чем заключается государственная поддержка лизинга в России?

#### ***Тестовые задания № 4***

1. Основной капитал - это часть капитала организации, формирующая
  - а) основные средства
  - б) внеоборотные активы
  - в) оборотные активы
2. Для уменьшения налогового бремени в первые годы эксплуатации объекта основных средств целесообразно использовать
  - а) способ суммы чисел и повышающие коэффициенты к нормам амортизации
  - б) нелинейный способ и переоценку основных средств для бухгалтерского учета
  - в) способ суммы чисел и нелинейный способ
  - г) нелинейный способ и повышающие коэффициенты нормам амортизации
3. Фондоотдача рассчитывается путем деления выручки на
  - а) остаточную стоимость основных фондов
  - б) среднегодовую стоимость основных фондов
  - в) среднюю величину основного капитала
  - г) среднегодовую стоимость имущества организации
4. Норма амортизации по объекту основных средств сроком полезного использования 4 года при линейном способе равна
  - а) 25 %
  - б) 4
  - в) 2 %

5. Основные средства - это

- а) средства труда сроком службы менее одного года
- б) имущество, стоимостью более 20 тыс. р.
- в) средства труда, сроком службы более одного года или более одного операционного цикла
- г) нет правильного ответа

6. Для целей бухгалтерского учета разрешены следующие методы начисления амортизационных отчислений

- а) линейный, способ уменьшаемых остатков, способ суммы чисел, производственный
- б) линейный, нелинейный, производственный, способ суммы чисел
- в) линейный, нелинейный
- г) нет правильного ответа

7. Амортизация продолжает начисляться, если

- а) объекты основных средств сданы в аренду на срок свыше 3 месяцев
- б) объекты основных средств находятся на консервации свыше 3 месяцев
- в) стоимость объекта основных средств полностью перенесена на готовую продукцию

8. Норма амортизации по объекту основных средств со сроком полезного использования 4 года при способе суммы чисел на втором году эксплуатации равна

- а) 25%
- б) 50 %
- в) 30 %

9. В бухгалтерском балансе основные средства отражаются по

- а) первоначальной стоимости
- б) восстановительной стоимости
- в) остаточной стоимости

10. Для целей налогообложения норма амортизации устанавливается организациям на основе

- а) разработанных норм в справочнике единых норм амортизационных отчислений
- б) норм, установленных налоговым законодательством
- в) ожидаемого срока использования объекта основных средств
- г) диапазона срока полезного использования для соответствующей амортизационной группы

11. Организация для целей бухгалтерского учета не имеет право самостоятельно выбирать

- а) способ начисления амортизации
- б) срок полезного использования
- в) повышающие коэффициенты к нормам амортизации
- г) нет правильного ответа

12. Объект основных средств первоначальной стоимостью 200 тыс. р. введен в эксплуатацию в 10 августа 2009 года. Срок полезного использования 5 лет.



Какова сумма износа данного объекта на 20 ноября 2009 года при начислении амортизации линейным способом

а) 13,3 тыс.р.

б) 6,7 тыс.р.

в) 10

### ***Задачи и ситуации***

#### **Задача 4.1**

Определить общую сумму платежа по лизингу. Стоимость объекта лизинга 300 тысяч рублей. Срок лизинга 3 года. Норма амортизации объекта лизинга 30 %. Ставка за кредит 12% годовых. Комиссионные лизинговой компании 4 %. Плата за дополнительные услуги 50 тысяч рублей.

#### **Задача 4.2**

Определить износ по группе основных фондов, амортизация по которой начисляется линейным методом. Балансовая стоимость основных фондов 200 000 рублей. Срок полезного использования основных фондов 10 лет. Фонды введены в эксплуатацию 1.01.2008. Определить износ на 01.01. 2011 г. Ликвидационная стоимость фондов равна 0.

#### **Задача 4.3**

Объект основных средств первоначальной стоимостью 200 тыс. р. введен в эксплуатацию в 10 августа 2009 года. Срок полезного использования 5 лет. Какова сумма износа данного объекта на 20 ноября 2009 года при начислении амортизации линейным способом

#### **Задача 4.4**

Рассчитать остаточную стоимость станка первоначальной стоимостью 350 тыс. р. Через год эксплуатации была проведена переоценка станка с коэффициентом 1.1. Срок полезного использования 5 лет. Фактический срок эксплуатации 2 года. Амортизация начисляется линейным способом.

#### **Задача 4.5**

Сравнить закупку оборудования за счет банковской ссуды и получение оборудования по лизингу.

Условия кредитной сделки: организация может получить кредит в банке сроком на 5 лет под 18 % годовых. Кредит должен погашаться ежегодно равными долями с ежегодной выплатой процентов.

Условия лизинговой сделки: организация может получить оборудование по договору лизинга, лизинговая компания берет комиссионные 4%, ставка

процента за лизинговый кредит составляет 12 %, срок лизингового договора 3 года.

Стоимость оборудования по вариантам приведена в таблице 4.9.

Таблица 4.9

Стоимость оборудования

В млн. рублей

Показатель	Варианты									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Стоимость оборудования	200	150	250	100	300	350	400	450	500	600

**Время на выполнение: 60 мин.**

**Перечень объектов контроля**

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
32. финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы	Основной капитал организации.
У 2. Осуществлять денежные расчеты	Расчет экономических показателей.

**Универсальная шкала оценки образовательных достижений.**

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

**ТЕМА 5. ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Опрос**

1. Что понимается под оборотным капиталом, оборотными активами и оборотными средствами?
2. Как определить наличие собственного оборотного капитала?
3. Какие существуют методы определения потребности в оборотном капитале? В чем их отличительные черты?
4. Какие модели финансирования активов Вы знаете? В чем их преимущества и недостатки?
5. Как проводится анализ эффективности использования оборотного капитала и какие показатели при этом применяются?

6. Каковы пути ускорения оборачиваемости оборотного капитала?
7. На какие показатели рентабельности оказывает влияние ускорение оборачиваемости оборотных средств? Почему?

### ***Тестовые вопросы № 5***

1. К оборотным средствам относятся
- а) долгосрочные финансовые вложения
  - б) краткосрочные финансовые вложения
  - в) краткосрочные обязательства организации
  - г) нет правильного ответа
2. На величину незавершенного производства влияет
- а) цена продукции
  - б) длительность производственного цикла
  - в) длительность пролёживания изделий на складе готовой продукции
  - г) нет правильного варианта
3. К заемным и приравненным к ним источникам формирования оборотного капитала относятся
- а) дополнительный вклад в уставный капитал, кредиты и займы, кредиторская задолженность
  - б) фонды и резервы, создаваемые организациям; краткосрочные кредиты и займы
  - в) краткосрочные кредиты и займы, кредиторская задолженность
4. На сколько дней сократится длительность оборота оборотных средств, если в отчетном году при объеме производства и реализации в 100 тыс. р. среднегодовая стоимость оборотных средств 25 тыс. р., а в плановом при том же объеме - 20 тыс. р.
- а) 1 день
  - б) 18 дней
  - в) 20 дней
  - г) нет правильного ответа
5. К оборотным производственным фондам относятся
- а) запасы сырья, материалов, готовой продукции, незавершенное производство
  - б) запасы сырья, материалов, незавершенное производство, расходы будущих периодов
  - в) запасы, дебиторская задолженность, денежные средства
6. На размер дебиторской задолженности влияет
- а) периодичность отгрузки готовой продукции
  - б) время отсрочки платежа, предоставляемой покупателям
  - в) время отсрочки платежа, предоставляемой поставщиками
7. Какой источник является нормальным для формирования оборотного капитала, но не используется для формирования основного капитала
- а) уставный капитал
  - б) кредиты и займы

- в) кредиторская задолженность  
г) амортизация
8. На сколько процентов можно увеличить объем производства при неизменной потребности в оборотных средствах, если длительность оборота сократилась на 15 %
- а) 17.6 %  
б) 15%  
в) 16.6%
9. К наиболее ликвидным оборотным активам относятся
- а) денежные средства и дебиторская задолженность, сроком погашения менее 12 месяцев  
б) денежные средства и краткосрочные финансовые вложения  
в) денежные средства и высоколиквидные краткосрочные финансовые вложения  
г) денежные средства и наиболее срочные обязательства
10. На величину производственных запасов влияет
- а) интервал между поставками материалов  
б) длительность производственного цикла  
в) объем выпускаемой продукции  
г) интервал между поставками материалов и длительность производственного цикла  
д) интервал между поставками материалов и объем выпускаемой продукции
11. К собственным источникам формирования оборотного капитала относятся
- а) уставный капитал, амортизация, чистая прибыль  
б) уставный капитал, нераспределенная прибыль  
в) уставный капитал, нераспределенная прибыль, кредиторская задолженность
12. Какое высвобождение оборотных средств произойдет при увеличении выручки на 20 % и повышении коэффициента оборачиваемости на 10 %. В базовом году выручка составила 100 тыс. р., среднегодовая стоимость оборотных средств 20 тыс. р.
- а) абсолютное в размере 2 тыс. р.  
б) относительное 2,2 тыс. р.  
в) высвобождения не будет  
г) нет правильного ответа

### ***Задачи и ситуации***

#### **Задача 5.1**

Объем реализации 770 млн. р. Среднегодовая стоимость оборотного капитала составляет 55 млн. р. Определите экономию оборотного капитала при ускорении оборачиваемости на один оборот.

#### **Задача 5.2**

Найдите абсолютное и относительное высвобождение оборотного капитала при данных, указанных в таблице 5.1

Таблица 5.1

Исходные данные		
Показатели	2004 г.	2005 г.
Объем реализованной продукции, млн.р.	360	320
Среднегодовой остаток оборотного капитала, млн. р.	20	15

### Задача 5.3

**На сколько дней сократится длительность оборота оборотных средств,** если в отчетном году при объеме производства и реализации в 150 тыс. р. среднегодовая стоимость оборотных средств 25 тыс. р., а в плановом при том же объеме - 20 тыс. р.

### Задача 5.4

В 2006 году организация реализовало 600 единиц продукции по 30 тыс. р. за штуку. Длительность оборота оборотных средств 2006 году 180 дней. В 2007 году организация планирует увеличить объем реализации на 100 единиц. Длительность оборота оборотных средств в 2007 году останется на уровне 2006 года.

Определить во сколько раз увеличится потребность организации в оборотных средствах в 2007 году по сравнению с 2006 годом.

### Задача 5.5

Рассчитать запасы и дебиторскую задолженность в плановом периоде. Выручка отчетного периода 650 тыс. р. Переменные затраты в отчетном году 300 тыс. р. Постоянные затраты 200 тыс. р. Планируется снизить выручку на 20 %. Длительность оборота дебиторской задолженности 35 дней. Длительность оборота запасов 90 дней.

### Задача 5.6

Выручка от реализации продукции составила за год 130 млн. руб., стоимость оборотных средств на начало периода - 85 млн. руб. на конец - 45 млн. руб. Рассчитать коэффициент оборачиваемости и длительность оборота оборотных средств.

**Время на выполнение: 45 мин.**

**Перечень объектов контроля**

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
32. финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;	Элементы доходов и расходов организации.

У 2. Осуществлять денежные расчеты	Расчет показателей использования оборотного капитала.
У 5. анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций	Анализ торговой деятельности.

### Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

## ТЕМА 6. ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И БЮДЖЕТИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ

### Опрос

1. Охарактеризуйте виды финансовых планов, составляемых на предприятии
2. Назовите методы финансового планирования. Какова область применения данных методов?
3. В чем заключается назначение бюджетирования?
4. Перечислите виды бюджетов, составляемых на предприятии при использовании бюджетного метода финансового планирования.
5. Раскройте цели составления и содержание бюджета денежных поступлений и выплат.
6. Назовите мероприятия, позволяющие сбалансировать притоки и оттоки денежных средств.
7. Приведите примеры различий по суммам и по времени в определении доходов и поступлений денежных средств, расходов и отчислений денежных средств.
8. Как рассчитывается чистый денежный поток организации? О чем говорит отрицательный чистый денежный поток в плановом периоде?
9. Раскройте содержание финансового раздела бизнес-плана.
10. Охарактеризуйте положения, на основе которых базируется метод процента от продаж.

### Задачи и ситуации

#### Задача 6.1

Составить прогноз бухгалтерского баланса методом процента от продаж.

**Исходные данные.** Фактическая выручка отчетного года - 50 млн. р. На конец отчетного года оборотные активы организации составляли 4 млн. р., внеоборотные активы - 6 млн. р.

Текущие обязательства организации на конец отчетного года - 3 млн. р., долгосрочные кредиты - 2 млн. р. Собственный капитал организации - 5 млн. р., в том числе нераспределенная прибыль 2 млн. р.

В плановом периоде предполагается 7-процентная чистая рентабельность продаж и 40-процентная норма распределения чистой прибыли. Плановый темп прироста выручки 25 %. Увеличение объемов производства будет происходить за счет имеющихся на предприятии свободных производственных мощностей.

### Задача 6.2

Составить плановый квартальный баланс денежных поступлений и выплат и определить объем требуемого краткосрочного финансирования.

**Исходные данные.** Организация реализует продукцию с месячной отсрочкой платежа. Выручка определяется по моменту отгрузки. Учетной политикой организации предусмотрено поддерживать постоянный минимальный остаток на расчетном счете в размере 20 тыс. р. На начало квартала на расчетном счете имелось 30 тыс. р. Дополнительные исходные данные представлены в таблице 6.1.

Таблица 6.1

Исходные данные

Показатель	Март	Апрель	Май	Июнь
Выручка, тыс. р.	1000	1200	1400	1600
Поступления денежных средств от прочей реализации, тыс. р.	150	350	500	400
Погашение кредиторской задолженности, тыс. р.	700	800	1300	1400
Прочие платежи, тыс. р.	300	500	600	200

### Задача 6.3

Составить прогноз бухгалтерского баланса методом процента от продаж и оценить финансовое состояние организации в плановом периоде.

**Исходные данные.** Фактическая выручка отчетного года составила 40 млн. р. На конец отчетного года оборотные активы организации составляли 5 млн. р., внеоборотные активы - 7 млн. р.

Текущие обязательства организации на конец отчетного года - 5 млн. р., долгосрочные кредиты - 2 млн. р. Собственный капитал организации - 5 млн. р., из них нераспределенная прибыль 2 млн. р.

В плановом периоде предполагается 10-процентная чистая рентабельность продаж и 20-процентная норма распределения чистой прибыли. Плановый прирост выручки 20%. Увеличение объемов производства будет происходить за счет имеющихся на предприятии свободных производственных мощностей.

**Время на выполнение: 45 мин.**

**Перечень объектов контроля**

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
У1. составлять финансовые документы и отчеты;	Составление финансовых документов.
У2. осуществлять денежные расчеты	Расчет финансовых показателей

### Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

## ТЕМА 7. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕНЕЖНЫХ РАСЧЕТОВ ОРГАНИЗАЦИИ

### Опрос

1. Сформулируйте основные принципы организации безналичных расчетов.
2. Какова максимальная сумма расчетов наличными для юридических лиц?
3. Как осуществляются расчеты платежными требованиями?
4. Схема расчетов аккредитивами
5. Порядок расчетов платежными поручениями
6. Каковы преимущества и недостатки расчетов по инкассо?
7. Каковы преимущества и недостатки авансовых расчетов для плательщика и получателя средств?
8. В чем отличие расчетов простым и переводным векселем?
9. Как рассчитывается дисконт по векселю при учете его в банке до наступления срока платежа?
10. Как рассчитывается цена векселя?
11. Особенности факторинговых операций
12. Как рассчитывается плата за факторинг?
13. Каковы преимущества и недостатки факторинговых операций?

### Задачи и ситуации

#### Задача 7.1

Рассчитать дисконт по векселю и цену векселя при учете его в банке за 18 августа. Срок платежа по векселю – 25 декабря. Год невисокосный. Номинал векселя – 150 тыс. р. Учетная ставка 12 %. Комиссионное вознаграждение банку – 0,3 %

#### Задача 7.2

Рассчитать плату за факторинговое обслуживание.



Фактору передано платежное требование на сумму 150 тысяч рублей. Средний срок оборачиваемости средств в расчетах 30 дней. Ставка процента за факторинговый кредит 12%. Комиссионные 2%.

**Время на выполнение: 60 мин.**

**Перечень объектов контроля**

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
У2. осуществлять денежные расчеты	Расчет финансовых показателей
У 5. анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых	Анализ торговой деятельности.

**Универсальная шкала оценки образовательных достижений.**

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

## ТЕМА 8. КРЕДИТОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

### Опрос

1. Охарактеризуйте формы предоставления кредита предприятию?
2. Раскройте принципы кредитования.
3. В чем отличие простых и сложных процентных ставок?
4. Назовите особенности декурсивного способа начисления процентов?
5. В чем заключается антисипативный способ начисления процентов?
6. Как используется концепция временной ценности денег при принятии управленческих решений?
7. Что такое аннуитет?
8. В чем отличие срочного и бессрочного аннуитета?
9. Каковы преимущества овердрафта?
10. С использованием какой формулы осуществляют операцию дисконтирования?

### Задачи и ситуации

#### Задача 8.1

Определите величину учетной ставки и годовую доходность этой сделки для организации.

**Исходные данные.** Фирма приобрела в банке вексель, по которому через 6 месяцев должна получить 55 тыс. р. (номинальная стоимость векселя). В момент приобретения цена векселя составила 50 тыс. р.

### Задача 8.2

Определите наращенную сумму по точным процентам, по обыкновенным процентам с точным и приближенным числом дней ссуды.

**Исходные данные.** Банк выдал кредит 18 января в размере 50 млн. р. Срок возврата кредита 3-е марта. Процентная ставка 12% годовых. Год невисокосный.

### Задача 8.3

Вы заняли на 5 лет 10 000 долларов под 8 процентов, начисляемых по схеме сложных процентов на непогашаемый остаток. Возвращать нужно равными суммами в конце каждого года. Определите общую сумму процентов к выплате.

### Задача 8.4

Имеется 4 млн. рублей. Предлагается вложить их в покупку помещения и сдать помещение в долгосрочную аренду с правом выкупа на 50 лет с ежегодной арендной платой в размере 420 тысяч рублей. Следует ли принять данное предложение, если сберегательный банк начисляет по вкладам 14 % годовых?

### Задача 8.5

Определить наиболее выгодное для кредитора условие. Сумма кредита 100 тысяч рублей.

1. Условие: кредит на 5 лет под простую ставку 18% годовых с ежегодным начислением процентов.
2. Условие: кредит на 5 лет под сложную ставку 12% с ежеквартальным начислением процентов.

### Задача 8.6

Вы имеете возможность получить кредит на год на условиях 13% годовых с ежеквартальным начислением по сложной ставке, либо на условиях 13,4% годовых с годовым начислением процентов. Какой вариант предпочтительней, если выплата процентов будет сделана единовременно вместе с погашением кредита.

### Задача 8.7

Организация предполагает взять в кредит 500 тыс. р. Определите сумму процента, которую должно выплатить организация, если ставка за кредит 12 % годовых, кредит взят на три года с ежегодным начислением. Рассчитайте по методу как простых, так и сложных процентов.

**Время на выполнение: 60 мин.**

**Перечень объектов контроля**

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
-----------------------------------------	---------------------------------------

32. финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;	Определение кредитной политики.
У 2. Осуществлять денежные расчеты	Расчет экономических показателей.

### Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

### Ответы на тестовые задания

Номер вопроса	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5
1	В	В	Б	Б	Б
2	А	В	А	Г	Б
3	В	Г	В	Б	В
4	В	Д	Б	А	Б
5	В	А	Г	В	Б
6	Б	В	Б	А	Б
7	Г	Д	Б	А	В
8	Б	А	З	В	А
9	В	А	В	В	В
10		Б	В	Г	Д
11		Г	Б	Г	Б
12		Б	А	В	Б

### КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 1

#### Задача 1

Выручка от продажи продукции в отчетном периоде, цена единицы продукции приведены в таблице. В следующем (плановом) периоде предполагается рост натурального объема продаж на 4% и одновременное снижение цен на 5 %. Определите плановую выручку от продаж.

Показатель	Варианты				
	1	2	3	4	5
Цена единицы продукции	200	150	250	100	300
Выручка от продаж	450000	500000	550000	600000	650000

#### Задача 2

Сравнить закупку оборудования за счет банковской ссуды и получение оборудования по лизингу.

Условия кредитной сделки: организация может получить кредит в банке сроком на 5 лет под 18 % годовых. Кредит должен погашаться ежегодно равными долями с ежегодной выплатой процентов.

Условия лизинговой сделки: организация может получить оборудование по договору лизинга, лизинговая компания берет комиссионные 4%, ставка процента за лизинговый кредит составляет 12 %, срок лизингового договора 3 года.

Стоимость оборудования по вариантам приведена в таблице.

Стоимость оборудования

Показатель	Варианты				
	1	2	3	4	5
Стоимость оборудования ,млн. руб.	200	150	250	100	300

### Задача 3

Объем реализации представлен в таблице. Среднегодовая стоимость оборотного капитала составляет 55 млн. р. Определите экономию оборотного капитала при ускорении оборачиваемости на один оборот.

Показатель	Варианты				
	1	2	3	4	5
Объем реализации продукции, млн. руб.	700	650	550	400	450

### Задача 4.

Составить отчет о финансовых результатах. Распределить прибыль отчетного года.

Показатель	Варианты				
	1	2	3	4	5
Организация за год реализовало продукции тыс. р.	700	650	550	400	450
Цена за штуку тыс. руб.	3	2,5	2,4	2,2	2
Полная себестоимость единицы изделия тыс. р.	1,4	1,3	1,2	1,1	1,1
Общая сумма коммерческих расходов за год тыс. руб.	120	110	100	90	80
Общехозяйственные расходы, %	20	21	22	23	24
Реализовано основных производственных фондов, тыс. руб.	40	30	20	15	10
Остаточная стоимость реализованных основных производственных фондов, тыс. р.	15	12	10	10	8
Затраты на реализацию основных производственных фондов, тыс. р.	1	1	1	1	1
Доход по приобретенным акциям другого организации, тыс. р.	140	130	120	110	100
Присужденные и признанные должником штрафы, тыс. р.	9	8	7	6	5
Убытки от хищения товарно-материальных ценностей, тыс. р.	17	16	15	14	13
Проценты, выплачиваемые по краткосрочным кредитам, тыс. р.	50	50	50	40	40
Ставка процентов по кредитам, %	20	20	20	15	15
Ставка рефинансирования, %	11	10	10	9	9

## **Практическая работа по теме «Расчет НДС и налога на прибыль»**

### **Вариант 1.**

#### **Задача 1**

Организация в налоговом периоде:

Реализовала продукцию собственного производства на сумму 363 тыс. руб. (в том числе НДС 18%);

Приобрела (оплатила и оприходовала, счета-фактуры получены) материальные ресурсы на сумму 121 тыс. руб. (в том числе НДС 18%);

Приобрела и оплатила основные средства для производства продукции на сумму 144 тыс. руб. (без НДС, ставка 18%). Основные средства приняты на учет и счета фактуры получены.

Определить НДС, подлежащий уплате в бюджет.

#### **Задача 2**

В отчетном периоде поступило на расчетный счет за реализованную продукцию 120 000 руб.. Фактически произведенные материальные затраты составили 25 000 руб., затраты на оплату труда 15 000 руб. Начисленная амортизация 12 000 руб., прочие производственные затраты составили 10 000 руб, получены взносы в уставный капитал на сумму 50 000 рублей. Определить налог на прибыль, исчисленный за отчетный период и распределить его по уровням бюджетов.

### **Вариант 2**

#### **Задача 1**

Организация в налоговом периоде:

Реализовала продукцию собственного производства на сумму 360 тыс. руб. (в том числе НДС 18%);

Приобрела (оплатила и оприходовала, счета-фактуры получены) материальные ресурсы на сумму 120 тыс. руб. (в том числе НДС 18%);

Приобрела и оплатила основные средства для производства продукции на сумму 140 тыс. руб. (без НДС, ставка 18%). Основные средства приняты на учет и счета фактуры получены.

Определить НДС, подлежащий уплате в бюджет.

#### **Задача 2**

В первом квартале отчетного года потребителем была реализована продукция на сумму 236 000 рублей. Производственные затраты 60 000 рублей, на расчетный счет зачислены штрафные санкции за нарушение договорных обязательств 2000 рублей, в течение квартала получена арендная плата 6000 рублей и проценты по займам 8900 рублей. Определить налог на прибыль и распределить его по уровням бюджетов.

### **Вариант 3**

### Задача 1.

Организация в налоговом периоде:

Реализовала продукцию собственного производства на сумму 280 тыс. руб. (в том числе НДС 18%);

Приобрела (оплатила и оприходовала, счета-фактуры получены) материальные ресурсы на сумму 78 тыс. руб. (в том числе НДС 18%);

Приобрела и оплатила основные средства для производства продукции на сумму 120 тыс. руб. (без НДС, ставка 18%). Основные средства приняты на учет и счета фактуры получены.

Определить НДС, подлежащий уплате в бюджет.

### Задача 2

В отчетном периоде поступило на расчетный счет за реализованную продукцию 120 000 руб.. Фактически произведенные материальные затраты составили 25 000 руб., затраты на оплату труда 15 000 руб. Начисленная амортизация 12 000 руб., прочие производственные затраты составили 10 000 руб, получены взносы в уставный капитал на сумму 50 000 рублей. Определить налог на прибыль, исчисленный за отчетный период и распределить его по уровням бюджетов.

#### Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

#### **Время выполнения работы: 25 минут**

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
<b>У2.1</b> Рассчитывать налог на прибыль, НДС	Производить расчёт налогов: НДС, налог на прибыль
34 методику расчета основных видов налогов	Демонстрация методики расчета основных видов налогов

#### **Устный опрос №1**

1. Дайте определение понятию налог.
2. Охарактеризуйте функции налогов
3. какие налоги являются косвенными
4. Перечислите элементы налогообложения
5. Кто такие резиденты и не резиденты?
6. Особенности налоговой системы
7. Классификация налогов

**Время на выполнения работы: 25 минут**

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
31 основные положения налогового законодательства	Способность выделять основные положения налогового законодательства
32 функции и классификацию налогов	Полнота формулировки основных функций налогов и систематизация налогов.

**Тест № 1 по теме «НДС и налог на прибыль».**

**Вариант 1**

1. Плательщиками НДС не могут быть признаны:
  - а) организации, имеющие статус юридического лица и занимающиеся производственной и коммерческой деятельностью;
  - б) физические лица, индивидуальные предприниматели;
  - в) физические лица, граждане.
2. Освобождение от обязанностей плательщика НДС предоставляется если:
  - а) сумма выручки без учета НДС за полгода не превысила 2 млн. руб.;
  - б) сумма выручки без учета НДС за три последовательных календарных месяца не превысила 2 млн. руб.;
  - в) сумма выручки без учета НДС за три последовательных календарных месяца не превысила 3 млн. руб.
3. По ставке 0% облагается:
  - а) реализация товаров для детей;
  - б) перевозка пассажиров городским транспортом;
  - в) реализация товаров на экспорт.
4. Уплата НДС производится:
  - а) ежеквартально;
  - б) ежемесячно;
5. По НДС установлены следующие ставки:
  - а) 0, 10, 1%;
  - б) 0, 10, 18%;
  - в) 0, 18, 20%.
6. Расходами признаются:
  - а) документально подтвержденные организацией расходы;
  - б) затраты, выраженные в денежном эквиваленте;
7. Ежемесячные авансовые платежи налога на прибыль уплачиваются в бюджет:
  - а) до 10-го числа каждого месяца;
  - б) до 15-го числа каждого месяца;
  - в) до 28-го числа каждого месяца.

Тест	1	2	3	4	5	6	7
Ответ	в	б	в	б	б	в	в

## Вариант 2

1. Налоговым периодом по НДС признается:

- а) только календарный месяц;
- б) только квартал;
- в) квартал или месяц — в зависимости от размера выручки от реализации.

2. Налоговой базой для расчета НДС при выполнении строительно-монтажных работ для собственного потребления являются:

- а) затраты налогоплательщика по проведению данных видов работ;
- б) стоимость материалов, используемых для данных видов работ;
- в) стоимость имущества, используемого для данных видов работ.

3. В состав внереализационных расходов для целей налогообложения включается:

- а) имущество, полученное в рамках целевого финансирования;
- б) прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном периоде;
- в) имущество, полученное в качестве вноса в уставный капитал организации.

4. В состав внереализационных расходов включаются:

- а) расходы на услуги банков;
- б) единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности;
- в) безвозмездно переданное имущество.

5. в федеральный бюджет налог на прибыль зачисляется по ставке:

- а) 2% суммы налога на прибыль
- б) 18 % суммы налога на прибыль
- в) 20 % суммы налога на прибыль

6. . Налоговым периодом по налогу на прибыль признается:

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

а) календарный месяц;  
б)

- квартал, полугодие, девять месяцев;
- в) календарный год.

7. Ставки по налогу на прибыль:



- а) 24, 20, 15, 10, 6%;  
 б) 24, 18, 15, 0%;  
 в) 20, 9, 10, 15%.

Тест	1	2	3	4	5	6	7
Ответ	б	а	б	а	а	в	в

### Время выполнения работы: 15 минут

Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
34 методику расчета основных видов налогов	Демонстрация методики расчета основных видов налогов
У1 пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения	Свободно действовать при работе с нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения

## Тест №2 на тему «НДФЛ и акцизы»

### Вариант 1

1. Ставка НДФЛ зависит от

- А) размера налоговой базы
- Б) вида дохода
- В) налогового статуса физического лица
- Г) величины совокупного годового дохода

2. Налогоплательщики НДФЛ в Российской Федерации -

- А) налоговые резиденты РФ
- Б) лица, не являющиеся налоговыми резидентами РФ
- В) организации
- Г) налоговые агенты

3. Если доход получен в виде заработной платы, то налоговая база рассчитывается по формуле:

- А) Доходы – документально подтвержденные расходы.
- Б) Заработная плата – СНВ

4. Какой налоговый период установлен по налогу на доходы физических лиц?

- а) календарная декада;
- б) календарный месяц;
- в) календарный квартал;
- г) календарный год.

5. Плательщиками акциза признаются:

- а) только организации, проводящие операции с подакцизными товарами;
- б) организации и индивидуальные предприниматели, проводящие операции с подакцизными товарами;
- в) организации и индивидуальные предприниматели, проводящие операции с подакцизными товарами, а также лица, осуществляющие перемещение товара через таможенную границу РФ.

6. Подакцизными товарами являются:

- а) парфюмерно-косметическая продукция;
- б) табачные изделия;

в) препараты ветеринарного назначения.

Тест	1	2	3	4	5	6
Ответ	б	а	б	г	в	б
	в	б				

## Вариант 2.

1. Какие установлены предельные сроки внесения платежей по налогу на доходы физических лиц, исчисленных в соответствии с налоговой декларацией?

- а) не позднее 15 октября года, следующего за истекшим налоговым периодом;
- б) не позднее 15 января года, следующего за истекшим налоговым периодом;
- в) не позднее 15 июля года, следующего за истекшим налоговым периодом;
- г) не позднее 15 июня года, следующего за истекшим налоговым периодом

2. Что выступает в качестве объекта налога на доходы физических лиц?

- а) любые доходы физических лиц;
- б) доходы физических лиц — налоговых нерезидентов от источников в РФ;
- в) доходы физических лиц — налоговых нерезидентов от источников за пределами РФ;
- г) доходы физических лиц — налоговых резидентов от источников за пределами РФ

3. Какие виды социальных налоговых вычетов имеет право получить плательщик налога на доходы физических лиц?

- а) по доходам, переданным на благотворительные цели;

- б) по доходам, переданным в виде финансовой помощи сельскохозяйственным организациям;
- в) по сумме собственных денежных средств, истраченных на приобретение медикаментов, назначенных им лечащим врачом;
- г) по доходам, направленным на содержание детей и иждивенцев.

4. Какие виды профессиональных налоговых вычетов имеет право получить плательщик налога на доходы физических лиц?

- а) по расходам, связанным с осуществлением индивидуальной предпринимательской деятельности;
- б) по расходам, связанным с куплей — продажей ценных бумаг;
- в) по расходам, связанным с продажей недвижимости;
- г) по расходам, связанным с созданием научных трудов.

5. Не облагаются акцизами:

- а) автомобили отечественного производства;
- б) алкогольная продукция;
- в) парфюмерно-косметическая продукция, прошедшая государственную регистрацию в уполномоченном федеральном органе исполнительной власти.

6. Налоговым периодом признается:

- а) квартал;
- б) календарный месяц;
- в) календарный год.

Тест	1	2	3	4	5	6
Ответ	в	б	а	а	в	б
		г	в			

**Время выполнения работы 15 минут**

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
34.2 методику расчета основных видов налогов	Демонстрация методики расчета основных видов налогов
У1 пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения	Свободно действовать при работе с нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения

За правильно выполненное действие, задание выставляется положительная оценка – 1 балл.

За неправильно выполненное действие, задание выставляется отрицательная оценка – 0 баллов.

«5» - \_5\_ баллов

«4» - \_4\_ балла

«3» - \_\_3\_\_ балла

«2» - \_\_2\_\_ балла

### **Устный опрос по теме «Страховые взносы»**

1. Кто является налогоплательщиками страховых взносов?
2. Перечислить суммы не облагаемые страховыми взносами?
3. Что является объектом налогообложения страховых взносов?
4. Что является налоговым периодом по страховым взносам?
5. Как определяется налоговая база страховых взносов?
6. Написать ставки страховых взносов.

### **Время выполнения работы 20 минут**

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
34.3 методику расчета основных видов налогов	Демонстрация методики расчета основных видов налогов
У1 пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения	Свободно действовать при работе с нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения

### **Универсальная шкала оценки образовательных достижений.**

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

### **Практическая работа по теме «Расчет налога на доходы физических лиц»**

#### **Вариант 1.**

##### **Задача 1**

Работнику организации за январь 2010 г. начислена заработная плата в сумме 17 200 руб.

Согласно представленным в бухгалтерию документам он является участником войны в Афганистане,

имеет двоих детей в возрасте 11 и 14 лет.

Определим сумму НДФЛ, который должен быть удержан из заработной платы данного работника за январь 2013 г.

#### **Вариант 2**

##### **Задача 1.**

Работнику организации за январь 2013 г. начислена заработная плата в сумме 18 500 руб.

Согласно представленным в бухгалтерию документам он имеет сына в возрасте 6 лет.

Определить сумму НДФЛ, который должен быть удержан из заработной платы данного работника за январь 2013 г.

### Вариант 3

#### Задача 1.

Работнику организации за январь 2013 г. начислена заработная плата в сумме 15 800 руб., за февраль – 14 200 руб., за март – 16 000 руб. Согласно представленным в бухгалтерию документам он имеет дочь в возрасте 6 лет.

Определим сумму НДФЛ, который должен быть удержан из заработной платы данного работника за январь, февраль и март 2013 года.

#### Время выполнения работы: 10 минут

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
34 методику расчета основных видов налогов	Демонстрация методики расчета основных видов налогов
. У2.2 Рассчитывать акцизы НДФЛ	Производить расчет акцизов и НДФЛ

Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

#### Устный опрос №3 по теме «Налог на имущество организаций»

1.Какова основная особенность расчета налоговой базы по налогу на имущество?

2.В какой срок должна быть сдана предоставлена налоговая декларация по налогу на имущество по итогам третьего отчетного периода?

3.Кто освобождается от уплаты налога на имущество организаций?

4.Кто является плательщиком налога на имущество организаций?

5.Что является объектом налогообложения для российских организаций?

6.Что является объектом налогообложения для иностранных организаций?

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
34.3 методику расчета основных видов налогов	Демонстрация методики расчета основных видов налогов

У1 пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения	Свободно действовать при работе с нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Время выполнения работы: 25 минут

Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

### Устный опрос №4 по теме «Специальные налоговые режимы»

1. Какие виды специальных налоговых режимов установлены налоговым законодательством?
2. В какой срок должны быть уплачены авансовые платежи по ЕСХН?
3. От каких налогов освобождаются организации при применении УСН?
4. Кто является налогоплательщиками ЕСХН?
5. Кто не может применять УСН?
6. Перечень видов предпринимательской деятельности в отношении которого может применяться ЕНВД?
7. Налоговая ставка и налоговый период при ЕСХН.
8. Налоговый период при ЕНВД
9. Кто не может переходить на уплату ЕСХН?

### Время выполнения работы: 25 минут

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
34. методику расчета основных видов налогов	Демонстрация методики расчета основных видов налогов
У1 пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения	Свободно действовать при работе с нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения

Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

## **Практическая работа по теме «Расчет налога на имущество организаций, земельного налога и налога на имущество физических лиц»**

### **Вариант 1**

#### **Задача 1**

Рассчитаем сумму налога на имущество организаций по итогам первого квартала, если известно, что остаточная стоимость облагаемого налогом имущества составляет:

На 01.01 400 000 руб

На 01.02 390 000 руб

На 01.03 380 000 руб

На 01.04 370 000 руб

#### **Задача 2**

Земельный участок кадастровой стоимостью 900 000 руб приобретен 10 февраля текущего года для производственных целей. Ставка земельного налога для участков такого типа 1, 5 %. Рассчитать сумму земельного налога.

### **Вариант 2**

#### **Задача 1**

Организация имеет на балансе имущество , стоимость которого за минусом износа составляет по состоянию:

На 01.01 – 1900 тыс.руб

На 01.02 – 1200 тыс руб

На 01.03 – 1300 тыс руб

На 01.03 – 1500 тыс. руб

На 01.04 – 1500 тыс.руб

На 01.05 – 1600 тыс.руб

На 01.06 – 1100 тыс.руб

На 01.07 – 1400 тыс. руб

Рассчитайте сумму налога на имущество организации за отчетные периоды.

#### **Задача 2**

Организация, находящаяся на ЕСХН, по итогам первого полугодия:

- получила доходы в размере 326700 руб

-произвела расходы на сумму 310 150 руб

По итогам года:

- получила доходы в размере 1 200 700 руб

- произвела расходы в размере 912 350 руб

Определить сумму авансового платежа по ЕСХН и ЕСХН по итогам года.

### **Вариант 3**

#### **Задача 1**

Определить налог на имущество за полугодие организации, если среднегодовая стоимость имущества:

На 01.01.2013 – 10 млн руб  
 На 01.04.2013 – 12 млн руб  
 На 01.07.2013 – 8 млн руб  
 Ставка налога – 2,2%

## Задача 2

Гражданин является собственником дома, инвентаризационная стоимость которого составляет 150 000 руб. Определить сумму налога на имущество физических лиц.

**Время на выполнение работы: 15 минут**

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
34.3 методику расчета основных видов налогов	Демонстрация методики расчета основных видов налогов
У1 пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения	Свободно действовать при работе с нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения
У2.4, У2.6 Рассчитывать налог на имущество организаций, Рассчитывать налог на имущество физических лиц и земельный налог	Производить расчеты налога на имущество организаций. Налога на имущество физических лиц и земельного налога

Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

## Тест №3 по теме «Земельный налог, имущество физических лиц»

### Вариант 1

1. Плательщиками земельного налога являются:

- А) собственники земельных участков
- Б) землепользователи (на праве постоянного бессрочного пользования)
- В) арендаторы земельных участков
- Г) землепользователи (на праве безвозмездного срочного пользования)

2. Налоговым периодом по налогу на имущество физических лиц является:

- А) месяц
- Б) квартал
- В) год
- Г) иной период времени, установленный законодательством



3.От уплаты земельного налога освобождаются:

- А) организации – в отношении земельных участков, занятых государственными автомобильными дорогами общего пользования
- Б) организации, основным видом деятельности которых является производство фармацевтической продукции
- В) организации – в отношении космических объектов.

4.Налог на имущество физических лиц уплачивается:

- А) равными долями в два срока не позднее 15 сентября и 15 ноября
- Б) одной суммой не позднее 15 ноября
- В) равными долями в три срока не позднее 15 июля, 15 сентября и 15 ноября.
- Г) до 31 декабря текущего налогового периода

5.Налоговой базой по земельному налогу является:

- А) кадастровая стоимость земельного участка
- Б) рыночная стоимость земельного участка
- В) нормативная цена земельного участка
- Г) инвентаризационная стоимость земельного участка

Тест	1	2	3	4	5
Ответ	б	б	а в	а	а

## Вариант 2

1.Налоговым периодом по земельному налогу является:

- А) календарный месяц
- Б) календарный год
- В) полугодие
- Г) календарный квартал

2.Налоговая декларация по земельному налогу представляется организациями не позднее:

- А) 31 декабря текущего года
- Б) 1 января года, следующего за истекшим налоговым периодом
- В) 1 февраля года, следующего за истекшим налоговым периодом
- Г) 15 сентября текущего года

3.Налогоплательщиками на имущество физических лиц являются физические лица:

- А) использующие недвижимое имущество
- Б) имеющие право собственности на недвижимое имущество
- В) имеющие право собственности на недвижимое имущество и использующие его

Г) имеющие право собственности на недвижимое имущество или право безвозмездного пользования им

4.Объектом налогообложения по налогу на имущество физических лиц признается:

А) недвижимое имущество

Б) движимое и недвижимое имущество

В) недвижимое имущество, за исключением жилых домов и квартир

Г) движимое и недвижимое, находящееся в собственности граждан РФ

5.Ставки налога на имущество физических лиц установлены дифференцировано в зависимости:

А) от суммарной инвентаризационной стоимости имущества и типа использования

Б) от суммарной инвентаризационной стоимости имущества

В) от типа использования имущества

Тест	1	2	3	4	5
Ответ	б	в	г	г	а

### Время выполнения работы 15 минут

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
34.методику расчета основных видов налогов	Демонстрация методики расчета основных видов налогов
У1 пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения	Свободно действовать при работе с нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения

За правильно выполненное действие, задание выставляется положительная оценка – 1 балл.

За неправильно выполненное действие, задание выставляется отрицательная оценка – 0 баллов.

«5» - \_\_5\_ баллов

«4» - \_4\_ балла

«3» - \_\_3\_ балла

«2» - \_\_2\_ балла

### Устный опрос №5

1. Кто является субъектами налоговой системы?

2. Кратко расскажите права и обязанности налогоплательщиков

3. Кратко расскажите права и обязанности налоговых агентов
4. Кратко расскажите права и обязанности налоговых органов
5. Кратко расскажите права и обязанности таможенных органов

### Время выполнения работы 20 минут

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
У1 пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения	Свободно действовать при работе с нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения
33 Организацию налоговой службы	Обоснование организации налоговой службы

Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

### Контрольная работа № 2

#### Вариант 1

1. Дать понятие терминам налоговая база, единица обложения.
2. Налог на прибыль, плательщики, объект, налоговая база.
3. Функции налогов.

#### Задача 1

Работнику организации за январь 2013 г. начислена заработная плата в сумме 18 900 руб.

Согласно представленным в бухгалтерию документам он является участником войны в Афганистане.

Определим сумму НДФЛ, который должен быть удержан из заработной платы данного работника за январь 2013 г.

#### Задача 2

Организация в налоговом периоде:

Реализовала продукцию собственного производства на сумму 244 тыс. руб. (в том числе НДС 18%);

Приобрела (оплатила и оприходовала, счета-фактуры получены) материальные ресурсы на сумму 111 тыс. руб. (в том числе НДС 18%);

Приобрела и оплатила основные средства для производства продукции на сумму 114 тыс. руб. (без НДС, ставка 18%). Основные средства приняты на учет и счета фактуры получены.

Определить НДС, подлежащий уплате в бюджет.

## **Вариант 2**

1. Дать понятие терминам налог, резиденты, налоговая ставка.
2. Классификация налогов
3. Налог на прибыль, доходы, учитываемые при определении налоговой базы, налоговая база.

### **Задача 1.**

Работнику организации за январь 2013 г. начислена заработная плата в сумме 12 800 руб., за февраль – 10 200 руб., за март – 15000 руб. Согласно представленным в бухгалтерию документам он имеет дочь в возрасте 6 лет. Определим сумму НДФЛ, который должен быть удержан из заработной платы данного работника за январь, февраль и март 2013 года.

### **Задача 2**

В отчетном периоде поступило на расчетный счет за реализованную продукцию 120 000 руб.. Фактически произведенные материальные затраты составили 22 000 руб., затраты на оплату труда 11 000 руб. Начисленная амортизация 11 000 руб., прочие производственные затраты составили 10 000 руб, получены взносы в уставный капитал на сумму 50 000 рублей. Определить налог на прибыль, исчисленный за отчетный период и распределить его по уровням бюджетов.

## **Вариант 3**

1. Дать понятие терминам нерезиденты, источник налога, налог.
2. Налог на имущество организаций: объект налогообложения, плательщики.
3. Налог на прибыль: ставки, сроки уплаты и предоставления декларации.

### **Задача 1.**

В отчетном периоде поступило на расчетный счет за реализованную продукцию 150 200 руб.. Фактически произведенные материальные затраты составили 25 000 руб., затраты на оплату труда 17 300 руб. Начисленная амортизация 11 000 руб., прочие производственные затраты составили 12 000 руб, получены взносы в уставный капитал на сумму 62 000 рублей. Определить налог на прибыль, исчисленный за отчетный период и распределить его по уровням бюджетов.

### **Задача 2.**

Работнику организации за январь 2013 г. начислена заработная плата в сумме 17 200 руб.

Он имеет двоих детей в возрасте 9 и 17 лет.

Определим сумму НДФЛ, который должен быть удержан из заработной платы

данного работника за январь 2013 г.

#### **Вариант 4.**

1. Дать понятие терминам налоговый период, налоговая льгота, налоговый оклад.
2. Единый налог на вмененный доход: плательщики, объект налогообложения. Физические и корректирующие коэффициенты, применяемые при исчислении ЕНВД.
3. Доходы физических лиц, не подлежащие обложению НДФЛ.

##### **Задача 1.**

Организация в налоговом периоде:

Реализовала продукцию собственного производства на сумму 280 тыс. руб. (в том числе НДС 18%);

Приобрела (оплатила и оприходовала, счета-фактуры получены) материальные ресурсы на сумму 78 тыс. руб. (в том числе НДС 18%);

Приобрела и оплатила основные средства для производства продукции на сумму 120 тыс. руб. (без НДС, ставка 18%). Основные средства приняты на учет и счета фактуры получены.

Определить НДС, подлежащий уплате в бюджет.

##### **Задача 2.**

В отчетном периоде поступило на расчетный счет за реализованную продукцию 120 000 руб.. Фактически произведенные материальные затраты составили 25 000 руб., затраты на оплату труда 15 000 руб. Начисленная амортизация 12 000 руб., прочие производственные затраты составили 10 000 руб, получены взносы в уставный капитал на сумму 50 000 рублей. Определить налог на прибыль, исчисленный за отчетный период и распределить его по уровням бюджетов.

#### **Вариант 5.**

1. Дать понятие терминам налоговая база, налог, плательщики.
2. Налоговые вычеты с доходов физических лиц.
3. НДС: плательщики, объект налогообложения.

##### **Задача 1**

В отчетном периоде поступило на расчетный счет за реализованную продукцию 128 100 руб.. Фактически произведенные материальные затраты составили 25 000 руб., затраты на оплату труда 14 600 руб. Начисленная амортизация 12 000 руб., прочие производственные затраты составили 11 000 руб, получены взносы в уставный капитал на сумму 58 780 рублей. Определить налог на прибыль, исчисленный за отчетный период и распределить его по уровням бюджетов.

## Задача 2.

Работнику организации за январь 2013 г. начислена заработная плата в сумме 17 900 руб., за февраль – 19 100 руб., за март – 17 000 руб. Согласно представленным в бухгалтерию документам он имеет дочь в возрасте 8 лет. Определим сумму НДФЛ, который должен быть удержан из заработной платы данного работника за январь, февраль и март 2013 года.

## Вариант 6.

1. Дать понятие терминам фискальная функция, налоговый период, налоговые льготы.

2. ЕСХН: плательщики, ставка, налоговый и отчетный периоды.

3. УСН: кто не в праве применять упрощенную систему налогообложения, объект налогообложения.

## Задача 1.

Организация в налоговом периоде:

Реализовала продукцию собственного производства на сумму 289 тыс. руб. (в том числе НДС 18%);

Приобрела (оплатила и оприходовала, счета-фактуры получены) материальные ресурсы на сумму 67 тыс. руб. (в том числе НДС 18%);

Приобрела и оплатила основные средства для производства продукции на сумму 119 тыс. руб. (без НДС, ставка 18%). Основные средства приняты на учет и счета фактуры получены.

Определить НДС, подлежащий уплате в бюджет.

## Задача 2

В отчетном периоде поступило на расчетный счет за реализованную продукцию 112 000 руб.. Фактически произведенные материальные затраты составили 25 000 руб., затраты на оплату труда 8 000 руб. Начисленная амортизация 9200 руб., прочие производственные затраты составили 6700 руб, получены взносы в уставный капитал на сумму 50 000 рублей. Определить налог на прибыль, исчисленный за отчетный период и распределить его по уровням бюджетов.

## Время выполнения работы 90 минут

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата
34. методику расчета основных видов налогов	Демонстрация методики расчета основных видов налогов
У1 пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения	Свободно действовать при работе с нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения
У1.Рассчитывать основные виды налогов	Производить расчеты основных видов налогов

## Универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
95 – 100%	5	Отлично
94 – 75%	4	Хорошо
74 – 60%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

### Задания для оценки освоения МДК 2.2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

#### ТЕМА 1. ПОНЯТИЕ, ЗАДАЧИ И ВИДЫ АФХД

##### Опрос:

1. Дать определение АФХД.
2. Каково значение экономического анализа для организации?
3. Что является предметом экономического анализа?
4. Перечислить задачи экономического анализа.
5. Перечислить и охарактеризовать виды экономического анализа по времени проведения.
6. Перечислить и охарактеризовать виды экономического анализа по частоте проведения.
7. Перечислить и охарактеризовать виды экономического анализа по субъекту проведения.
8. Перечислить и охарактеризовать виды экономического анализа по охвату.
9. Перечислить и охарактеризовать виды экономического анализа по содержанию.
10. Перечислить и охарактеризовать виды экономического анализа по пространственному признаку.
11. Перечислить и охарактеризовать виды экономического анализа по степени автоматизации и механизации.
12. Какие требования предъявляются к экономическому анализу

#### Реферат на тему «Понятие и классификация экономического анализа»

#### ТЕМА 2. МЕТОДЫ АФХД

##### Опрос:

1. Перечислить основные методы экономического анализа.
2. Охарактеризовать метод сравнения.
3. Охарактеризовать метод группировок.
4. Охарактеризовать метод относительных величин.
5. Охарактеризовать метод средних величин.
6. Охарактеризовать метод цепных подстановок.
7. Охарактеризовать метод разниц.
8. Охарактеризовать метод балансового обобщения.
9. Охарактеризовать метод корреляции.

## 10. Охарактеризовать графический метод.

### ЗАДАЧИ

**Задача 1.** По нижеследующим исходным данным рассчитать производительность труда одного рабочего по плану и фактически, а также отклонение от плана и уровень выполнения плана по показателям. Сделать выводы.

Исходные данные:

Наименование показателей	План	Факт	Отклонение от плана	Уровень выполнения плана, %
1. Объем выпуска продукции, шт.	11500	11350		
2. Стоимость выпущенной продукции, тыс. руб.	55180	54300		
3. Среднесписочная численность рабочих, чел.	120	118		
4. Производительность труда 1 рабочего в натуральном выражении, шт./чел				
5. Производительность труда в денежном выражении, тыс. руб./чел				

В выводе необходимо отразить, что показывает производительность труда, насколько выполнен план по всем показателям и как оцениваются полученные результаты.

**Задача 2.** По нижеследующим исходным данным рассчитать динамику прибыли организации. Сделать выводы.

Исходные данные:

Наименование показателей (тыс. руб.)	Базисный период	Отчетный период	Динамика	
			Абсолютная	Относительная, %
1. Выручка	55120	58470		
2. Полная себестоимость продукции	37450	36540		
3. Прибыль от продажи продукции				
4. Налог на прибыль				
5. Чистая прибыль				

В выводе необходимо отразить, как изменились прибыль от продажи и чистая прибыль, какие факторы повлияли на эти изменения.

**Задача 3.** Стоимость товарной продукции отчетного периода составила 9500 тыс. руб., при плане 9350 тыс. руб. Стоимость товарной продукции прошлого периода 9200 тыс. руб. Определить, как планировалось изменить стоимость объема выпуска и как она фактически изменилась (в абсолютном и



относительной выражении). Сколько будет дополнительно произведено продукции при увеличении выпуска на 5%?

**Задача 4.** По нижеследующим исходным данным рассчитать показатели эффективности использования основных и оборотных производственных фондов для двух предприятий отрасли. Сравнить полученные результаты. Сделать выводы.

Исходные данные:

Наименование показателей	Организация А	Организация Б
1. Стоимость выпущенной продукции, тыс. руб.	15870	22350
2. Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. руб.	9854	10510
3. Среднегодовые остатки оборотных средств, тыс. руб.	4125	4980
4. Фондоотдача, руб./руб.		
5. Фондоемкость, руб./руб.		
6. Коэффициент оборачиваемости, обороты		
7. Коэффициент загрузки, руб./руб.		

В выводе необходимо отразить, что показывают фондоотдача, фондоемкость, коэффициенты оборачиваемости и загрузки. На каком из предприятий более эффективно используются основные и оборотные производственные фонды.

**Задача 5.** На основе группировки затрат по экономическим элементам рассчитать структуру затрат, определить ее изменение. Сделать выводы.

Исходные данные:

Элементы затрат	Величина затрат, тыс. руб.		Структура затрат, %		Динамика		
	Базисный период	Отчетный период	Базисный период	Отчетный период	Абсолютная, тыс. руб.	Относительная, %	Удельного веса, %
1. Материальные затраты	53250	55810					
2. Затраты на оплату труда	32581	35890					
3. Страховые взносы							
4. Амортизация ОПФ	25400	29875					
5. Прочие затраты	15420	14580					
Полная себестоимость							

В выводе необходимо отразить, как изменилась полная себестоимость и каждый элемент затрат (в абсолютном и относительном выражении); какие

затраты составляют наибольший удельный вес, о чем это свидетельствует; какие изменения произошли в структуре затрат.

**Задача 6.** По нижеследующим данным о результатах деятельности организации рассчитать относительные величины выполнения плана, планового изменения, динамики и эффективности. Сделать выводы.

Исходные данные:

Показатели	Факт базисного периода	Отчетный период		Относи- тельная величина выполнения плана, %	Относи- тельная величина планового изменения, %	Относи- тельная величина динамики, %
		План	Факт			
1. Выручка	22540	25590	24852			
2. Полная себестоимость продукции	18540	17955	17540			
3. Прибыль от продажи продукции						
4. Относительная величина эффективности, %				x	x	x

В выводе необходимо отразить, насколько выполнен план по каждому показателю, как планировалось их изменить и как они фактически изменились; что показывает относительная величина эффективности.

**Задача 7.** По нижеследующим данным о среднесписочной численности рабочих организации рассчитать относительные величины динамики с постоянной и переменной базой сравнения. Сделать выводы.

Исходные данные:

Годы	2007	2008	2009	2010	2011
Среднесписочная численность рабочих, чел.	258	250	312	350	374

При расчете относительных величин динамики с переменной базой сравнения в качестве базисного периода принимается год, предшествующий отчетному.

При расчете относительных величин динамики с постоянной базой сравнения в качестве базисного периода принимается первоначальный год.

В выводе необходимо отразить, как изменилась среднесписочная численность рабочих в каждом отчетном периоде по сравнению с базисным.

**Задача 8.** Имеются следующие данные о продажах продукции на предприятии пищевой промышленности за отчетный период (тыс. руб.): 2550, 3400, 2100, 2980, 3200, 4170, 2220, 2300. Рассчитать средний объем производства.

**Задача 9.** Имеются следующие данные о затратах времени отдельными рабочими на выполнение работы:

Время, мин.	70	85	88	92	97
Число рабочих, чел.	6	7	13	15	12

Рассчитать среднее количество времени, затраченное на выполнение работы.

**Задача 10.** По нижеследующим данным рассчитать среднюю цену единицы продукции организации.

Исходные данные:

Вид продукции	Цена единицы продукции, руб.	Сумма реализации, руб.
А	110	613800
Б	154	9150680
В	850	350200
Г	247	1197950
Д	330	1161600
Итого	х	

**Задача 11.** По нижеследующим данным о сумме банковских вкладов торговой организации рассчитать их средние остатки за каждый квартал, полугодие, год.

Исходные данные:

Дата	01.01.2011	01.02.2011	01.03.2011	01.04.2011	01.05.2011	01.06.2011	01.07.2011	01.08.2011	01.09.2011	01.10.2011	01.11.2011	01.12.2011	01.01.2012
Сумма банковских вкладов, тыс. руб.	7410	8500	8540	8120	9570	9900	9540	8730	6250	5410	5500	5820	4230

**Задача 12.** Определить влияние факторов на выполнение плана по выпуску продукции производственной организацией методом элиминирования и методом разниц. Сделать выводы.

Исходные данные:

Показатели	План	Факт
1. Среднесписочная численность рабочих, чел.	112	110
2. Количество отработанных дней	25	24
3. Среднедневная выработка 1 рабочего, шт.	5	7

В выводе необходимо отразить, какое влияние на выполнение плана по выпуску продукции оказало изменение каждого фактора.

**Задача 13.** Определить влияние факторов на изменение объема выпуска продукции производственной организацией методом элиминирования и методом разниц. Сделать выводы.

Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период
1. Количество единиц оборудования в цехе	22	23
2. Количество отработанных дней	28	30
3. Средняя продолжительность рабочего дня, ч.	8	7
4. Среднедневной съем продукции с единицы оборудования, шт.	11	9

В выводе необходимо отразить, какое влияние на изменение выпуска продукции оказало изменение каждого фактора.

**Задача 14.** Определить влияние факторов на изменение фондоотдачи методом элиминирования и методом разниц. Сделать выводы. Исходные данные:

Показатели (тыс. руб.)	Базисный период	Отчетный период
1. Стоимость выпущенной продукции	55421	58745
2. Среднегодовая стоимость ОПФ	21300	19840

В выводе необходимо отразить, какое влияние на изменение фондоотдачи оказало изменение каждого фактора.

**Задача 15.** Составить баланс материальных ресурсов и определить их остатки на конец отчетного периода.

Исходные данные:

Виды материальных ресурсов	Остаток материальных ресурсов на начало отчетного периода	Поступление материальных ресурсов	Использование материальных ресурсов на производство	Прочее выбытие материальных ресурсов	Остаток материальных ресурсов на конец отчетного периода
1. Сырье	120	710	530	20	
2. Материалы	385	1470	1540	30	
3. Покупные полуфабрикаты	87	215	125	-	
4. Комплектующие изделия	377	480	520	72	
5. Топливо и энергия	315	820	100	905	
Всего материальных ресурсов					

**Задача 16.** Определить тесноту и направление связи между прибылью (у) и затратами на производство (х).

Исходные данные:

№ пп	y (тыс. руб.)	x (тыс. руб.)	xy	y <sup>2</sup>	x <sup>2</sup>
1	100	720			
2	120	726			
3	150	740			
4	175	745			
5	155	745			
Сумма					
Среднее значение					

**Задача 17.** На основании нижеприведенных данных об объемах производства одежды организациями города N построить линейную, сложную столбиковую, сложную ленточную и секторную диаграммы.

Исходные данные:

Годы	Объем производства одежды, тыс. руб.	в том числе		
		мужской	женской	детской
2010	20490	5210	9870	5410
2011	21440	5840	10200	5400
2012	20020	4750	9540	5730

### ТЕМА 3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АФХД

#### Опрос:

1. Перечислить этапы аналитической работы на предприятии.
2. Дать определение экономической информации.
3. Перечислить основные требования к системе экономической информации
4. Дать характеристику плановым источникам информации.
5. Дать характеристику учетным источникам информации.
6. Дать характеристику внеучетным источникам информации.
7. Система показателей в экономическом анализе.

#### Рефераты на темы:

1. Этапы аналитической работы на предприятии
2. Исполнители аналитической работы на предприятии

### ТЕМА 4. АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ОРГАНИЗАЦИИ

#### Опрос:

1. Перечислить задачи анализа основных средств.
2. Перечислить источники информации анализа основных средств.
3. Какие показатели характеризуют техническое состояние основных средств? Дать им характеристику.
4. Какие показатели характеризуют обеспеченность основными средствами? Дать им характеристику.
5. Какие показатели характеризуют движение основных средств? Дать им характеристику.

6. Какие показатели характеризуют эффективность использования основных средств? Дать им характеристику.
7. Перечислить резервы повышения эффективности использования основных средств.

**Реферат на тему:** Пути поступления и выбытия объектов имущества организации.

## ЗАДАЧИ

**Задача 1.** На основе классификации основных средств организации по назначению рассчитать их структуру и определить ее изменение. Сделать выводы.

Исходные данные:

Группы ОПФ	Среднегодовая стоимость, тыс. руб.		Структура ОПФ, %		Динамика		
	Базисный период	Отчетный период	Базисный период	Отчетный период	Абсолютная, тыс. руб.	Относительная, %	Удельного веса, %
1. Здания	51200	53450					
2. Сооружения	8500	8450					
3. Передаточные устройства	5420	7540					
4. Машины и оборудование	4800	5780					
5. Транспортные средства	8500	7410					
6. Инструмент и инвентарь	1210	1240					
Итого ОПФ			100,0	100,0			0,0

В выводе необходимо отразить, как изменилась среднегодовая стоимость основных средств в целом и каждая группа в отдельности (в абсолютном и относительном выражении); какая часть основных средств (активная или пассивная) составляет наибольший удельный вес, о чем это свидетельствует; какие изменения произошли в структуре основных средств.

**Задача 2.** На основании нижеприведенных данных об основных средствах организации рассчитать:

- стоимость основных средств на конец года, среднегодовую стоимость основных средств;
- показатели состояния основных средств (коэффициенты износа и годности);
- показатели движения основных средств (коэффициенты поступления, обновления и выбытия);

- показатель обеспеченности основными средствами (фондовооруженность);

- показатели эффективности использования основных средств (фондоотдача, фондоемкость, рентабельность, экономия (перерасход)).

Сделать выводы.

Исходные данные:

Наименование показателей	Базисный период	Отчетный период	Динамика	
			Абсолютная	Относительная, %
<b>Исходные показатели</b>				
1. Стоимость основных средств на начало года, тыс.руб.	11200			
2. Поступление основных средств, тыс. руб.	550	710		
2.1. в том числе новых	230	-		
3. Выбытие основных средств, тыс. руб.	890	755		
4. Стоимость основных средств на конец года, тыс. руб.				
5. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.				
6. Сумма износа основных средств, тыс. руб.	3200	3500		
7. Среднесписочная численность работников, чел.	255	260		
8. Фактическая стоимость реализованной продукции, тыс. руб.	15100	15500		
9. Прибыль от продажи, тыс. руб.	3800	4200		
<b>Расчетные показатели</b>				
1. Коэффициент износа, %				x
2. Коэффициент годности, %				x
3. Коэффициент поступления, %				x
4. Коэффициент обновления, %				x
5. Коэффициент выбытия, %				x
6. Фондовооруженность, тыс. руб. / чел.				
7. Фондоотдача, руб./руб.				
8. Фондоемкость, руб./руб.				
9. Рентабельность основных средств, %				x
10. Экономия (перерасход) основных средств, тыс.руб.	x		x	x

В выводе необходимо отразить характеристику расчетных показателей; указать, какие произошли изменения в их уровне, какие факторы I порядка на это повлияли.

## ТЕМА 5. АНАЛИЗ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ ОРГАНИЗАЦИИ

### Опрос:

1. Перечислить задачи анализа оборотных средств.
2. Перечислить источники информации анализа оборотных средств.
3. Дать определение оборотным производственным фондам.

4. Перечислить элементы оборотных производственных фондов и фондов обращения.
5. Что показывает и как рассчитывается коэффициент оборачиваемости?
6. Что показывает и как рассчитывается коэффициент закрепления?
7. Как рассчитывается продолжительность одного оборота?
8. Что показывает и как рассчитывается рентабельность оборотных средств?
9. Как рассчитывается сумма высвобожденных из оборота (вовлеченных в оборот) средств в связи с ускорением (замедлением) оборачиваемости?
10. Перечислить резервы ускорения оборачиваемости оборотных средств.

## ЗАДАЧИ

**Задача 1.** На основе классификации оборотных средств по составу рассчитать их структуру и определить ее изменение. Сделать выводы.

Исходные данные:

Оборотные средства	Среднегодовые остатки, тыс. руб.		Структура оборотных средств, %		Динамика		
	Базисный период	Отчетный период	Базисный период	Отчетный период	Абсолютная, тыс. руб.	Относительная, %	Удельного веса, %
1. Сырье и материалы	980	750					
2. Покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия	375	420					
3. Топливо и энергия	390	373					
4. Незавершенное производство	125	215					
5. Полуфабрикаты собственного изготовления	318	255					
6. Расходы будущих периодов	100	110					
7. Готовая продукция на складе	570	380					
8. Товары отгруженные	120	240					
9. Денежные средства	50	150					
10. Дебиторская задолженность	720	580					
Итого ОПФ			100,0	100,0			0,0

В выводе необходимо отразить, как изменились среднегодовые остатки оборотных активов в целом и каждому виду в отдельности (в абсолютном и относительном выражении); какие элементы оборотных активов составляют



наибольший удельный вес; какие изменения произошли в структуре оборотных активов.

**Задача 2.** На основании нижеприведенных данных об оборотных активах производственного организации рассчитать показатели их использования: коэффициенты оборачиваемости, закрепления, продолжительность оборота, рентабельность, сумму высвобожденных из оборота (вовлеченных в оборот) средств их динамику. Сделать выводы.

Исходные данные:

Наименование показателей	Базисный период	Отчетный период	Динамика	
			Абсолютная	Относительная, %
<b>Исходные показатели</b>				
1. Стоимость выпущенной продукции, тыс. руб.	55230	59800		
2. Среднегодовые остатки оборотных средств, тыс. руб.	12110	10240		
3. Прибыль от продажи продукции, тыс. руб.	3850	3720		
4. Продолжительность отчетного периода, дни	360	360		
<b>Расчетные показатели</b>				
1. Коэффициент оборачиваемости, обороты				
2. Коэффициент закрепления, руб./руб.				
3. Продолжительность оборота, дни				
4. Рентабельность оборотных активов, %				x
5. Экономия (перерасход) оборотных средств, тыс. руб.	x		x	x

В выводе необходимо отразить характеристику расчетных показателей; указать, какие произошли изменения в их уровне, какие факторы I порядка на это повлияли.

## ТЕМА 6. АНАЛИЗ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ОРГАНИЗАЦИИ

### Опрос:

1. Перечислить задачи анализа трудовых ресурсов.
2. Перечислить источники информации анализа оборотных средств.
3. Качественная характеристика персонала.
4. Количественная характеристика персонала.
5. Понятие структуры персонала.
6. Перечислить и охарактеризовать показатели движения рабочей силы.
7. Перечислить особенности увольнений работников.
8. Перечислить и охарактеризовать фонды рабочего времени.
9. Раскрыть понятие производительности труда.
10. Перечислить резервы повышения эффективности использования трудовых ресурсов.

### Рефераты на темы:

1. Виды численности работников
2. Классификация работников организации по категориям
3. Организация оплаты труда на предприятии

## ЗАДАЧИ

**Задача 1.** По нижеприведенным данным рассчитать показатели производительности труда, выработки и трудоемкости. Сделать выводы. Исходные данные:

Наименование показателей	Величина показателей		Динамика	
	базисный период	отчетный период	Абсолютная	Относительная, %
<b>Исходные показатели</b>				
1. Объем выпуска продукции в натуральном выражении, шт.	20000	29328		
2. Объем выпуска продукции в денежном выражении, тыс. руб.	1100	1540		
3. Среднесписочная численность рабочих, чел.	50	47		
4. Количество отработанных дней	25	26		
5. Количество отработанных часов	200	208		
<b>Расчетные показатели</b>				
1. Производительность труда 1 рабочего в натуральном выражении, шт./чел				
2. Производительность труда 1 рабочего в денежном выражении, тыс. руб./чел				
3. Среднедневная выработка в натуральном выражении, шт./дн.				
4. Среднедневная выработка в денежном выражении, тыс. руб./дн.				
5. Среднечасовая выработка в натуральном выражении, шт./ч.				
6. Среднечасовая выработка в денежном выражении, тыс. руб./ч.				
7. Трудоемкость изготовления единицы продукции, мин.				

В выводе необходимо отразить характеристику расчетных показателей; указать, какие произошли изменения в их уровне, какие факторы I порядка на это повлияли.

## ТЕМА 7. АНАЛИЗ ТОВАРООБОРОТА

### Опрос:

1. Перечислить задачи анализа реализации продукции.
2. Перечислить источники информации анализа реализации продукции.
3. Какие показатели рассчитываются при анализе динамики товарооборота?
4. Как рассчитывается процент выполнения договорных обязательств?
5. Перечислить резервы роста объемов реализации.
6. Дать определение качеству продукции.
7. Перечислить показатели качества продукции.

**Реферат на тему:** Понятие и виды продукции организации: товарная, валовая, реализованная, чистая

## ЗАДАЧИ

**Задача 1.** По нижеприведенным данным о выпуске продукции мебельной фабрики определить уровень выполнения плана по выпуску 3 методами (по наименьшему показателю, методом зачета и по удельному весу изделий, план по которым выполнен). Сделать выводы.

Исходные данные:

Виды продукции	Плановый выпуск, шт.	Фактический выпуск, шт.	% выполнения плана	Зачетный выпуск, шт.	Удельный вес, %	
					План	Факт
1. Стол	1200	1215				
2. Стул	4500	4251				
3. Диван	2585	2585				
4. Кровать	1450	1400				
5. Шкаф	850	845				
Итого						

**Задача 2.** Рассчитать критический выпуск продукции и запас финансовой прочности для организации, которое выпускает 2400 шт. продукции по цене 270 руб., переменные удельные затраты составляют 170 руб., постоянные затраты на весь выпуск 215500 тыс. руб.

**Задача 3.** Организация производит и продает продукцию одного вида по цене 1200 руб., при этом удельные переменные затраты составляют 820 руб., постоянные затраты 750 тыс. руб. В плане предусмотрено: а) увеличение постоянных затрат на 5%; б) снижение переменные затрат на 10%. Определить как в обоих случаях изменится критический выпуск продукции.

**Задача 4.** Построить график безубыточности производства продукции, цена которой составляет 320 руб., удельные переменные затраты 180 руб., постоянные затраты 210 тыс. руб. Фактический объем выпуска 2700 шт.

**Задача 5.** Определить уровень выполнения плана по сортности, рассчитав плановую и фактическую средневзвешенную цену.

Исходные данные:

Сорт	Оптовая цена единицы продукции, руб.	Плановый выпуск, шт.	Фактический выпуск, шт.	Плановая стоимость, руб.	Фактическая стоимость, руб.
1	50	550	530		
2	35	850	890		
3	28	400	470		
Итого	х				

**Задача 6.** Рассчитать цепные и базисные абсолютные приросты, темпы роста и прироста по нижеследующим данным об объемах выпуска валовой продукции. Сделать выводы.

Исходные данные:

Показатель	Годы			
	2008	2009	2010	2011
Валовая продукция, млн. руб.	132,2	145,1	155,9	157,4

## ТЕМА 8. АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

### Опрос:

1. Дать определение себестоимости продукции.
2. Состав себестоимости продукции.
3. Перечислить задачи анализа себестоимости.
4. Перечислить источники информации анализа себестоимости продукции.
5. Перечислить виды затрат по экономическим элементам.
6. Дать характеристику показателю затрат на 1 рубль продукции.
7. Перечислить резервы снижения себестоимости продукции.

### Рефераты на темы:

1. Виды себестоимости продукции
2. Содержание статей полной калькуляции

## ЗАДАЧИ

**Задача 1.** Рассчитать полную себестоимость единицы продукции, составив калькуляцию.

Исходные данные:

Статьи затрат	% затрат	Величина затрат, руб.
1. Сырье и материалы		284
2. Покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия		115
3. Топливо и энергия на технологические нужды		198
4. Возвратные отходы		17
5. Основная зарплата производственных рабочих		275
6. Дополнительная зарплата производственных рабочих	18	
7. Страховые взносы	30	
8. Общепроизводственные расходы	110	
9. Общехозяйственные расходы	140	
10. Итого производственная себестоимость		
11. Коммерческие расходы	3	
12. Итого полная себестоимость		

**Задача 2.** По данным таблицы рассчитать затраты на 1 рубль продукции и их абсолютное и относительное изменение. Определить влияние факторов

на показатель затрат методом элиминирования и методом разниц. Сделать выводы.

Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период	Динамика	
			Абсолютная	Относительная, %
1. Полная себестоимость товарной продукции, тыс. руб.	112300	145250		
2. Стоимость товарной продукции в оптовых ценах, тыс. руб.	198540	199830		
3. Затраты на 1 рубль продукции, руб.				

В выводе необходимо отразить является ли производство продукции прибыльным, как изменился уровень затрат, какое влияние на это изменение оказали факторы I порядка.

**Задача 3.** Рассчитать полную себестоимость продукции по данным группировки затрат по экономическим элементам, структуру затрат и ее изменение. Сделать выводы.

Исходные данные:

Элементы затрат	Базисный период		Отчетный период		Динамика удельного веса, %
	тыс. руб.	уд.вес, %	тыс. руб.	уд.вес, %	
1. Материальные затраты	25450		31240		
2. Затраты на оплату труда	19840		22530		
3. Страховые взносы					
4. Амортизация ОПФ	21590		22840		
5. Прочие затраты	11450		10210		
Итого полная себестоимость		100,0		100,0	0,0

В выводе необходимо отразить какие затраты составляют наибольшую долю, о чем это свидетельствует, какие изменения произошли в структуре затрат.

## ТЕМА 9. АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

### Опрос:

1. Дать определение прибыли
2. Перечислить функции прибыли.
3. Перечислить задачи анализа прибыли.

4. Перечислить источники информации анализа прибыли.
5. Перечислить основные виды прибыли.
6. Дать определение горизонтальному и вертикальному анализу прибыли.
7. Перечислить основные пути увеличения прибыли.
8. Дать определение рентабельности.
9. Охарактеризовать основные показатели рентабельности: производства, продаж, капитала и активов.

**Реферат на тему:** Порядок составления отчета о финансовых результатах

## ЗАДАЧИ

**Задача 1.** По данным Отчета о финансовых результатах рассчитать указанные в таблице виды прибыли для отчетного и базисного периодов, определить их динамику, указать факторы, повлиявшие на изменение прибыли от продаж.

Исходные данные:

Показатели	Величина, тыс. руб.		Динамика	
	Базисный период	Отчетный период	Абсолютная	Относительная, %
Выручка	45120	78410		
Себестоимость продаж	32111	54322		
<b>Валовая прибыль</b>				
Коммерческие расходы	1543	1605		
Управленческие расходы	985	879		
<b>Прибыль от продаж</b>				
Прочие доходы	140	250		
Прочие расходы	470	780		
<b>Прибыль до налогообложения</b>				
Текущий налог на прибыль				
<b>Чистая прибыль</b>				

**Задача 2.** Рассчитать балансовую и чистую прибыль организации, если выручка от продажи ее продукции в отчетном периоде составила 12500 тыс. руб., при этом полная себестоимость продукции 9850 тыс. руб. Доход от сдачи временно неиспользуемых производственных площадей составил 524,5 тыс. руб.; потери от операций по купле-продаже ценных бумаг 58,3 тыс. руб. Ставка налога на прибыль 20%.

**Задача 3.** По данным таблицы рассчитать прибыль от продаж, рентабельность продукции и рентабельность продаж и их абсолютное изменение. Сделать выводы.

Исходные данные:

Показатели	Базисный	Отчетный	Абсолютное
------------	----------	----------	------------

	период	период	изменение
1. Выручка от продажи продукции, тыс. руб.	55421	58742	
2. Полная себестоимость продукции, тыс. руб.	41230	47850	
3. Прибыль от продажи, тыс. руб.			
4. Рентабельность продукции, %			
5. Рентабельность продаж, %			

В выводе необходимо отразить, что показывают рентабельность продукции и продаж, какие факторы повлияли на их изменения.

## ТЕМА 10. АНАЛИЗ ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

### Опрос:

1. Дать характеристику актива баланса организации.
2. Дать характеристику пассива баланса организации.
3. Перечислить виды собственных источников формирования имущества.
4. Перечислить виды заемных источников формирования имущества.
5. Дать определение платежеспособности организации.
6. Дать определение ликвидности баланса организации.
7. На какие группы делят статьи актива баланса по степени ликвидности.
8. На какие группы делят статьи пассива баланса по срочности погашения обязательств.
9. Перечислить и охарактеризовать показатели платежеспособности организации.
10. Назвать причины низкой платежеспособности организации.

### Рефераты на темы:

1. Классификация источников формирования имущества организации
2. Порядок составления бухгалтерского баланса
3. Пути восстановления платежеспособности организации
4. Определение риска банкротства
5. Пути финансового оздоровления организации

## ЗАДАЧА

По нижеприведенным исходным данным провести группировку статей актива по степени ликвидности и статей пассива по срочности погашения обязательств; определить, рассчитать показатели платежеспособности. Определить является ли баланс организации абсолютно ликвидным, а само оно платежеспособным. Сделать выводы.

Исходные данные:

Актив	Код показателя	на 31.12.10	на 31.12.11	на 31.12.12
-------	-------------------	----------------	----------------	----------------



<b>I. Внеоборотные активы</b>				
Нематериальные активы	1110	93	93	110
Результаты исследований и разработок	1120			
Основные средства	1130	2100	1917	1713
Доходные вложения в материальные ценности	1140			
Финансовые вложения	1150	211	211	43
Отложенные налоговые активы	1160			
Прочие внеоборотные активы	1170	24	39	45
Итого по разделу I	1100	2428	2260	1911
<b>II. Оборотные активы</b>				
Запасы	1210	4580	4945	3813
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	1211	530	801	458
затраты в незавершенном производстве	1212	745	1100	1050
готовая продукция и товары для перепродажи	1213	2450	2120	1985
товары отгруженные	1214	754	800	145
расходы будущих периодов	1215	85	110	150
прочие запасы и затраты	1216	16	14	25
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	520	550	485
Дебиторская задолженность	1230	780	649	589
Финансовые вложения	1240			
Денежные средства	1250	88	118	120
Прочие оборотные активы	1260	5		
Итого по разделу II	1200	5973	6262	5007
<b>Баланс</b>	1600	<b>8401</b>	<b>8522</b>	<b>6918</b>
<b>Пассив</b>	Код показателя	на 31.12.10	на 31.12.11	на 31.12.12
<b>III. Капитал и резервы</b>				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	4200	4200	4200
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320			
Переоценка внеоборотных активов	1340			
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	195	200	180
Резервный капитал	1360	590	630	418
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370			
Итого по разделу III	1300	4985	5030	4798
<b>IV Долгосрочные обязательства</b>				
Заемные средства	1410	1350	1230	1230
Отложенные налоговые обязательства	1420			

Резервы под условные обязательства	1430			
Прочие долгосрочные обязательства	1450			
Итого по разделу IV	1400	1350	1230	1230
<b>V Краткосрочные обязательства</b>				
Заемные средства	1510	86	730	113
Кредиторская задолженность	1520	1980	1042	702
Доходы будущих периодов	1530			
Резервы предстоящих расходов	1540			
Прочие обязательства	1550		340	5
Итого по разделу V	1500	2066	2112	820
<b>Баланс</b>	1700	8401	8522	6918

Таблица 1 - Группировка статей актива баланса по степени ликвидности

Группа	Наименование группы	Статьи актива	Величина активов, тыс. руб.		Динамика	
			На начало периода	На конец периода	Абсолютная, тыс. руб.	Относительная, %
A <sub>1</sub>	Абсолютно ликвидные активы					
A <sub>2</sub>	Быстро реализуемые активы					
A <sub>3</sub>	Медленно реализуемые активы					
A <sub>4</sub>	Трудно реализуемые активы					
Всего активов						

Таблица 2 - Группировка статей пассива по срочности погашения обязательств

Группа	Наименование группы	Статьи пассива	Величина пассивов, тыс. руб.		Динамика	
			На начало периода	На конец периода	Абсолютная, тыс. руб.	Относительная, %
П <sub>1</sub>	Наиболее срочные обязательства со сроком погашения до 1 месяца					
П <sub>2</sub>	Краткосрочные обязательства со сроком погашения до 1 года					
П <sub>3</sub>	Долгосрочные обязательства со сроком погашения свыше 1 года					
П <sub>4</sub>	Собственный капитал организации					
Всего пассивов						

Таблица 3 – Показатели платежеспособности организации

Показатели	Значение показателя		Абсолютная динамика
	На начало периода	На конец периода	
A <sub>1</sub> (абсолютно ликвидные активы)			
A <sub>2</sub> (быстро реализуемые активы)			
A <sub>3</sub> (медленно реализуемые активы)			
A <sub>4</sub> (медленно реализуемые активы)			
П <sub>1</sub> (наиболее срочные обязательства со сроком погашения до 1 месяца)			
П <sub>2</sub> (краткосрочные обязательства со сроком погашения до 1 года)			
П <sub>3</sub> (долгосрочные обязательства со сроком погашения свыше 1 года)			
П <sub>4</sub> (собственный капитал организации)			
Коэффициент абсолютной ликвидности			
Коэффициент быстрой ликвидности			
Коэффициент текущей ликвидности			
Доля собственных оборотных средств, %			

В выводе необходимо отразить, как изменилась величина каждой группы актива и пассива в абсолютном и относительном выражении, что показывает каждый коэффициент ликвидности, является ли организация платежеспособным.

## ТЕМА 11. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

### Опрос:

1. Дать определение финансовой устойчивости организации
2. Перечислить факторы, влияющие на финансовую устойчивость организации.
3. Перечислить и охарактеризовать основные типы финансовой устойчивости.
4. Перечислить и охарактеризовать основные показатели финансовой устойчивости.
5. Назвать пути восстановления устойчивости финансового состояния организации.

### ЗАДАЧА

По нижеприведенным исходным рассчитать показатели финансовой устойчивости и их изменение, определить тип финансовой устойчивости организации. Сделать выводы.

Исходные данные:

Актив	Код показателя	на 31.12.10	на 31.12.11	на 31.12.12
<b>I. Внеоборотные активы</b>				
Нематериальные активы	1110	93	93	110

Результаты исследований и разработок	1120			
Основные средства	1130	2100	1917	1713
Доходные вложения в материальные ценности	1140			
Финансовые вложения	1150	211	211	43
Отложенные налоговые активы	1160			
Прочие внеоборотные активы	1170	24	39	45
Итого по разделу I	1100	2428	2260	1911
<b>II. Оборотные активы</b>				
Запасы	1210	4580	4945	3813
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	1211	530	801	458
затраты в незавершенном производстве	1212	745	1100	1050
готовая продукция и товары для перепродажи	1213	2450	2120	1985
товары отгруженные	1214	754	800	145
расходы будущих периодов	1215	85	110	150
прочие запасы и затраты	1216	16	14	25
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	520	550	485
Дебиторская задолженность	1230	780	649	589
Финансовые вложения	1240			
Денежные средства	1250	88	118	120
Прочие оборотные активы	1260	5		
Итого по разделу II	1200	5973	6262	5007
<b>Баланс</b>	1600	<b>8401</b>	<b>8522</b>	<b>6918</b>
<b>Пассив</b>	Код показателя	на 31.12.10	на 31.12.11	на 31.12.12
<b>III. Капитал и резервы</b>				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	4200	4200	4200
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320			
Переоценка внеоборотных активов	1340			
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	195	200	180
Резервный капитал	1360	590	630	418
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370			
Итого по разделу III	1300	4985	5030	4798
<b>IV Долгосрочные обязательства</b>				
Заемные средства	1410	1350	1230	1230
Отложенные налоговые обязательства	1420			
Резервы под условные обязательства	1430			
Прочие долгосрочные обязательства	1450			

Итого по разделу IV	1400	1350	1230	1230
<b>V Краткосрочные обязательства</b>				
Заемные средства	1510	86	730	113
Кредиторская задолженность	1520	1980	1042	702
Доходы будущих периодов	1530			
Резервы предстоящих расходов	1540			
Прочие обязательства	1550		340	5
Итого по разделу V	1500	2066	2112	820
<b>Баланс</b>	1700	8401	8522	6918

Таблица 1 – Показатели финансовой устойчивости организации

Наименование показателей	На начало года	На конец года	Абсолютная динамика
<b>Исходные показатели, тыс. руб.</b>			
1. Внеоборотные активы			
2. Оборотные активы, в т.ч.			
2.1. Запасы			
2.2. Дебиторская задолженность			
3. Собственный капитал			
4. Долгосрочные обязательства			
5. Краткосрочные обязательства, в т.ч.			
5.1. Кредиторская задолженность			
6. Итог баланса			
<b>Показатели финансовой устойчивости</b>			
1. Коэффициент концентрации собственного капитала (коэффициент финансовой независимости)			
2. Коэффициент финансовой зависимости			
3. Коэффициент концентрации заемного капитала			
4. Коэффициент финансовой устойчивости			
5. Коэффициент маневренности собственных средств			
6. Коэффициент структуры долгосрочных вложений			
7. Коэффициент устойчивого финансирования			
8. Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками			
9. Коэффициент имущества производственного назначения			
10. Удельный вес дебиторской задолженности, %			
11. Удельный вес кредиторской задолженности, %			

## КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА №1

### Вариант 1

**Вопрос 1.** Дать определение трудовым ресурсам организации.

**Вопрос 2.** Перечислить требования к экономическому анализу.

**Задача.** Определить влияние факторов на выполнение плана по выпуску продукции методом элиминирования. Сделать выводы. Исходные данные:

Показатели	План	Факт
1. Среднесписочная численность рабочих, чел.	41	40
2. Количество отработанных дней	22	23
3. Среднедневная выработка 1 рабочего, шт.	4	5

### Вариант 2

**Вопрос 1.** Дать определение относительной величине.

**Вопрос 2.** Показатели эффективности использования оборотных средств организации.

**Задача.** Определить влияние факторов на изменение объема выпуска продукции методом разниц. Сделать выводы. Исходные данные:

Показатели	Базисный пер.	Отчетный пер.
1. Количество единиц оборудования в цехе	18	20
2. Количество отработанных дней	22	21
3. Среднедневной съем продукции с единицы оборудования, шт.	7	9

### Вариант 3

**Вопрос 1.** Дать определение экономическому анализу.

**Вопрос 2.** Сущность метода элиминирования.

**Задача.** По данным таблицы рассчитать относительные величины выполнения плана, планового изменения и динамики. Сделать выводы. Исходные данные:

Показатель	Факт базисного периода	Отчетный период	
		План	Факт
Прибыль от продаж, тыс. руб.	7150	7300	7420

### Вариант 4

**Вопрос 1.** Дать определение внешнему экономическому анализу.

**Вопрос 2.** Сущность метода корреляции.

**Задача.** По данным таблицы рассчитать такие показатели использования оборотных средств, как: коэффициент оборачиваемости, продолжительность одного оборота (оборачиваемость) и их абсолютное изменение. Сделать выводы. Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период
1. Стоимость выпущенной продукции, тыс. руб.	42300	45450
2. Среднегодовые остатки оборотных средств, тыс.руб.	7320	8370

3. Продолжительность отчетного периода, дни.	360	360
----------------------------------------------	-----	-----

### Вариант 5

**Вопрос 1.** Дать определение средней величине.

**Вопрос 2.** Виды экономического анализа.

**Задача.** По данным таблицы рассчитать такие показатели использования ОПФ, как: фондоотдача, рентабельность и их абсолютное изменение. Сделать выводы. Исходные данные:

Показатели, тыс. руб.	Базисный период	Отчетный период
1. Стоимость выпущенной продукции	31230	32150
2. Среднегодовая стоимость ОПФ	15200	19410
3. Прибыль от реализации продукции.	5200	5420

### Вариант 6

**Вопрос 1.** Дать определение предварительному экономическому анализу.

**Вопрос 2.** Показатели состояния, движения и использования основных средств организации.

**Задача.** По данным таблицы рассчитать такие показатели использования трудовых ресурсов, как: производительность труда одного рабочего, среднедневную выработку и их абсолютное изменение. Сделать выводы. Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период
1. Объем выпуска продукции, шт.	18920	21350
2. Среднесписочная численность рабочих, чел	124	132
3. Количество отработанных дней	30	30

## КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА №2

### Вариант 1

**Вопрос 1.** Понятие прибыли организации.

**Вопрос 2.** Классификация заемного капитала организации.

**Задача.** По данным таблицы рассчитать прибыль от продаж, рентабельность продукции и рентабельность продаж и их абсолютное изменение. Сделать выводы. Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период	Абсолютное изменение
1. Выручка от продажи продукции, тыс. руб.	15100	17200	
2. Полная себестоимость продукции, тыс. руб.	12350	14100	
3. Прибыль от продажи продукции, тыс. руб.			
4. Рентабельность продукции, %			
5. Рентабельность продаж, %			

### Вариант 2

**Вопрос 1.** Понятие рентабельности.

**Вопрос 2.** Группировка статей актива по степени ликвидности.

**Задача.** Рассчитать чистую прибыль организации, если за отчетный период от реализации продукции получена выручка 1850 тыс. руб., при этом полная себестоимость продукции составляет 1560 тыс. руб. Доход от сдачи имущества в аренду равен 490 тыс. руб., от продажи ценных бумаг 830 тыс. руб. Расходы на выплату процентов за кредит 520 тыс. руб. Ставка налога на прибыль = 20%.

### Вариант 3

**Вопрос 1.** Понятие финансовой устойчивости.

**Вопрос 2.** Группировка статей пассива по скорости погашения обязательств.

**Задача.** По данным Отчета о финансовых результатах рассчитать указанные в таблице виды прибыли для отчетного периода.

Показатели, тыс. руб.	Отчетный период
Выручка	15384
Себестоимость продаж	14224
<b>Валовая прибыль</b>	<b>?</b>
Коммерческие расходы	135
Управленческие расходы	120
<b>Прибыль от продаж</b>	<b>?</b>
Прочие доходы	248
Прочие расходы	110
<b>Прибыль до налогообложения</b>	<b>?</b>
Текущий налог на прибыль	?
<b>Чистая прибыль</b>	<b>?</b>

### Вариант 4

**Вопрос 1.** Понятие платежеспособности организации.

**Вопрос 2.** Типы финансовой устойчивости организации.

**Задача.** По данным таблицы рассчитать коэффициенты абсолютной, быстрой и текущей ликвидности. Сделать выводы.

Исходные данные:

Показатели, тыс. руб.	Базисный период
1. Денежные средства	1210
2. Готовая продукция	730
3. Товары отгруженные	620
4. Краткосрочная дебиторская задолженность	60
5. Материалы	950
6. Затраты в незавершенном производстве	120
7. Итого оборотных активов	
8. Краткосрочные обязательства	1700

## Задания для оценки освоения МДК.2.3. МАРКЕТИНГ



## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 1**

**Тема:** Установление основных видов потребностей

**Материально-техническое обеспечение:** практические ситуации, развернутая матрица потребностей.

### **Инструкция по выполнению практического задания № 1**

#### **ЗАДАНИЕ**

В телевизионной рекламе жевательной резинки «Орбит» показывают молодых красивых людей спортивного типа, веселых и счастливых, которые жуют резинку для защиты зубов от кариеса. Какие потребности хочет удовлетворить покупатель, приобретая этот товар?

#### **ЗАДАНИЕ**

Какие виды потребностей удовлетворяют следующие товары:

- женские сапоги фирмы «Саламандра»;
- станок с ЧПУ;
- мужской галстук;
- сливочное масло высшего сорта;
- шариковая ручка;
- молоток.

#### **ЗАДАНИЕ**

Составьте примерный перечень товаров (5-6 наименований), удовлетворяющий потребности студента, мужчины 35 лет (работает в офисе), пожилого человека для следующих случаев:

- голод;
- желание быть здоровым;
- желание быть привлекательным;
- желание быть в безопасности.

#### **ЗАДАНИЕ**

Выберите любой товар и проанализируйте по матрице потребностей. Подберите примеры по признакам 3, 5, 8, 10, 13 (по 5 - 6 примеров).

#### **Критерии оценки:**

- «отлично» выставляется, если обучающийся имеет глубокие знания учебного материала по теме практического задания, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы.
- «хорошо» выставляется, если обучающийся показал знание учебного материала, усвоил основную литературу, смог ответить почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы.

- «удовлетворительно» выставляется, если обучающийся в целом освоил материал практического задания, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы.
- «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практического задания, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
<b>У 1</b> Выявлять, формировать и удовлетворять потребности	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Правильно выявляет потребности потребителей;</li> <li>– Подбирает товары, соответствующие для удовлетворения потребности в зависимости от характеристик покупателя</li> </ul>
<b>32.</b> Средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Определяет товары для удовлетворения конкретной потребности</li> </ul>

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 2

**Тема:** Тип маркетинга и соответствующий ему вид спроса

Время выполнения – 15 минут

### ЗАДАНИЕ

На основе данных, приведенных в Таблице 1, определите задачи маркетинга в отношении спроса и придумайте примеры, характерные для соответствующих ситуаций.

Состояние спроса	Тип маркетинга	Задачи маркетинга в отношении спроса	Примеры
Потенциальный	Развивающийся		
Негативный	Стимулирующий		
Отсутствие	Конверсионный		
Снижающийся	Ремаркетинг		
Колеблющийся	Синхромаркетинг		
Полный	Поддерживающий		
Чрезмерный	Демаркетинг		
Иррациональный	Контрмаркетинг		

### Критерии оценки:

- «отлично» - вся таблица заполнена правильно;
- «хорошо» - таблица заполнена правильно, но есть недочеты;
- «удовлетворительно» - таблица заполнена неточно, не приведены примеры;

- «неудовлетворительно» - таблица заполнена с существенными недостатками – обучающийся не различает типы маркетинга, не может привести примеры.

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
<b>3 1.</b> Составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Различает типы маркетинга;</li> <li>– Может объяснить сущность основных объектов маркетинговой деятельности;</li> <li>– Характеризует субъекты маркетинговой деятельности.</li> </ul>

### **Контрольная работа № 1**

**Тема 1:** «Основы маркетинга»

**Время выполнения** – 90 минут

#### **ВАРИАНТ 1**

1. Маркетинг: понятие, этапы развития, концепции.
2. На какой концепции маркетинга основана деятельность следующих фирм?
  - а/ Фирма занимается производством экипировки и снаряжения для охоты, рыбалки и туризма. Разработку новых моделей фирма осуществляет, основываясь на требованиях рынка.
  - б/ Мебельная фабрика производит недорогую практичную мебель не лучшего качества, однако продукция фирмы широко представлена в торговой сети.
  - в/ Компания занимается производством теле- и видеоаппаратуры, постоянно совершенствуя свой товар. Менеджмент фирмы думает только о совершенствовании товарной политики, а не о спросе на него.

#### **1. Ответьте на вопросы теста:**

##### **Вопрос № 1**

**В комплекс маркетинга включаются...**

*Варианты ответов:*

- а. товар, цена, продвижение товара, сбыт;
- б. комплекс маркетинговых мероприятий на рынке;
- с. функции службы сбыта;
- д. поставщики, конкуренты, клиенты.
- е. оптимизация схем товародвижения.

##### **Вопрос № 2**

**Сделка - это**

*Варианты ответов:*

- а. акт получения от кого-либо желаемого объекта путем предложения ему чего-либо взамен
- б. коммерческий обмен ценностями
- с. бартер
- д. торг

### **ВАРИАНТ №2**

1. Объекты маркетинговой деятельности.
2. Охарактеризуйте возможности фирмы, выпускающей хлебобулочные изделия, на данном поле сетки развития товара и рынка:

существующие товары

новые товары

существующие  
рынки

новые рынки

1. ?	

### **3. Ответьте на вопросы теста:**

#### ***Вопрос № 1***

Основной вопрос, которым занимался маркетинг на первом этапе становления – это

*Варианты ответов:*

а/ организация сбыта

б/ изучение рынка

в/ исследование потребительского поведения

г/ исследование конкурентов

#### ***Вопрос № 2***

В каких случаях предприятию целесообразно использовать товарную структуру построения службы маркетинга

*Варианты ответов:*

а/ деятельность предприятия охватывает разные географические зоны

б/ деятельность предприятия охватывает разные потребительские сегменты рынка

в/ деятельность предприятия связана с выпуском разных товарных групп и подгрупп

г/ деятельность предприятия связана с выпуском одной большой товарной группы

### **ВАРИАНТ №3**

1. Субъекты маркетинговой деятельности.
2. Разработайте комплекс маркетинга для ресторана, кондитерской фабрики, магазина «Бытовая техника».

### **3. Ответьте на вопросы теста:**

#### ***Вопрос № 1***

Маркетинг можно определить как:

*Варианты ответов:*

- а) управление сбытом;
- б) рыночный потенциал фирмы;
- в) деятельность, направленная на продвижение товара;
- г) деятельность, направленная на получение прибыли посредством удовлетворения потребностей.

**Вопрос № 2**

Как называется совокупность потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же предлагаемый продукт и на комплекс маркетинга?

*Варианты ответов:*

- а/группа;
- б/подгруппа;
- в/сегмент;
- г/выборка;
- д/статистика.

**ВАРИАНТ №4**

1. Процесс управления маркетингом. Выявление новых рынков.
2. Приведите примеры потребностей, удовлетворяемых с различной частотой:
  - а) потребность, удовлетворяемая ежедневно;
  - б) потребность, удовлетворяемая один раз в неделю;
  - в) потребность, удовлетворяемая один раз в месяц;
  - г) потребность, удовлетворяемая один раз в год;
  - д) потребность, удовлетворяемая один раз в 5 лет; в 10 лет;
  - е) потребность, удовлетворяемая чрезвычайно редко.

**3. Ответьте на вопросы теста:**

**Вопрос № 1**

Потребность – это...

*Варианты ответов:*

- А. количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд
- В. нужда, воплощённая в какую-то конкретную форму
- С. товар, который способен удовлетворить нужду потребителя

**Вопрос № 2**

Функциональная схема организации служб маркетинга на предприятии формируется по...?

*Варианты ответов:*

- А. функциям
- В. географическим регионам
- С. типам рынков
- Д. группам товаров

**ВАРИАНТ № 5**

1. Классический комплекс маркетинга.

2. Опишите потребности человека в:

- ❖ кухонной посуде;
- ❖ холодильнике;
- ❖ услугах репетитора.

3. Ответьте на вопросы теста:

**Вопрос № 1**

Сущность концепции «социально-этического» маркетинга заключается в том, что:

*Варианты ответов:*

- а) спросом пользуются товары с низкой ценой и широко представленные в торговле;
- б) качество товара – главное условие успешного бизнеса;
- в) общественное благосостояние – обязательный фактор бизнеса;
- г) необходимо производство только тех товаров, на которые уже существует или может быть сформирован спрос.

**Вопрос № 2**

**Спрос – это:**

*Варианты ответов:*

- а) совокупность жизненных благ, необходимых потребителям;
- б) объем товаров предлагаемых на рынке;
- в) активизированная платежеспособная потребность;
- г) товарооборот компании.

**ВАРИАНТ № 6**

1. Управление маркетингом. Процесс отбора целевых рынков.

1. Вы производитель шампуня от перхоти. Проанализируйте возможности вашей фирмы, используя сетку «Товар-рынок».

2. Ответьте на вопросы теста:

**Вопрос № 1**

**Маркетинговая служба на фирме может быть организована по принципу:**

*Варианты ответов:*

- а) иерархическому;
- б) потребительскому;
- в) матричному;
- г) производственному.

**Вопрос № 2**

**Спрос на товар как категорию маркетинга – это...**

*Варианты ответов:*

- а/нужда в конкретном виде продукции
- б/потребность в товаре
- в/потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем

г/все ответы верны

### Критерии оценки:

- Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он дал правильные, полные ответы на все поставленные вопросы и практическое задание;
- Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он дал правильные ответы на все поставленные вопросы, допуская отдельные неточности;
- Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он дал ответы на большинство поставленных вопросов, допуская неточности, в том числе при выполнении практического задания;
- Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он дал неполные, неточные ответы на все поставленные вопросы, практическое задание выполнено неправильно.

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
<b>У 1</b> Выявлять, формировать и удовлетворять потребности	<ul style="list-style-type: none"><li>– Правильно выявляет потребности потребителей;</li><li>– Подбирает товары, соответствующие для удовлетворения потребности в зависимости от характеристик покупателя</li></ul>
<b>З 1.</b> Составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты.	<ul style="list-style-type: none"><li>– Различает типы маркетинга;</li><li>– Может объяснить сущность основных объектов маркетинговой деятельности;</li><li>– Характеризует субъекты маркетинговой деятельности.</li></ul>
<b>З2.</b> Средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров	<ul style="list-style-type: none"><li>– Определяет товары для удовлетворения конкретной потребности</li></ul>

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 3

**Тема:** Разработка анкеты и проведение опроса потребителей

**Материально-техническое обеспечение:** образцы анкетных листов

**Время выполнения** – 180 минут

### Инструкция по выполнению практического задания №3

#### ЗАДАНИЕ

Фирма «Ольга» отметила проблему - резкое уменьшение клиентов произошло из-за появления нового конкурента на рынке. Какие вопросы должна поставить фирма в опросных листах при изучении преимуществ своих конкурентов и недостатков своей работы? Назвать максимальное количество вопросов. Фирмы занимаются оказанием банных услуг.

#### ЗАДАНИЕ

Какие из перечисленных формулировок вопросов предполагают использование открытой, а какие – закрытой формы?

1. Как вы считаете, почему покупают дорогие квартиры?
2. Какие факторы учитываются, на ваш взгляд, покупателями при их приобретении?
3. Думают ли покупатели, приобретающие дорогие квартиры, о престиже?
4. Почему вы покупаете дорогую квартиру?
5. Какие факторы вы при этом учитываете?
6. Важен ли для вас престиж при покупке дорогой квартиры?

### **Внимание!**

В случаях закрытых вопросов предложите варианты ответов в зависимости от вида вопроса.

### **ЗАДАНИЕ**

Магазин «Дюймовочка», реализующий одежду больших размеров для женщин проводит анкетирование среди своих покупателей с целью определения качества предоставляемых услуг и выявления скрытого спроса покупателей. Составьте 10-15 вопросов открытой формы для проведения анкетирования.

### **ЗАДАНИЕ**

Предприятие «Зима» озабочено резким падением спроса на свою продукцию – валяные сапоги. С этой целью предприятие проводит анкетирование среди конечных покупателей данного товара. Составьте анкету, состоящую из 10-15 вопросов закрытой формы.

### **ЗАДАНИЕ**

Составьте и оформите бланк опросного листа-анкеты для проведения сбора информации с целью выяснения уровня качества обслуживания в ТД «Барс» (супермаркет).

### **Критерии оценки:**

- «отлично» выставляется, если обучающийся имеет глубокие знания учебного материала по теме практического задания, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы.
- «хорошо» выставляется, если обучающийся показал знание учебного материала, усвоил основную литературу, смог ответить почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы.
- «удовлетворительно» выставляется, если обучающийся в целом освоил материал практического задания, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы.



- «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практического задания, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
<b>У3</b> Проводить маркетинговые исследования рынка	– Осуществляет проведение маркетингового исследования в силу своих должностных обязанностей
<b>34.</b> Методы изучения рынка, анализа окружающей среды	– Знает методы изучения рынка и анализа окружающей среды
<b>35.</b> Этапы маркетинговых исследований, их результат, управление маркетингом	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Выявляет проблему;</li> <li>– Определяет вид необходимой информации;</li> <li>– Разрабатывает опросный лист-анкету;</li> <li>– Выявляет выборку потребителей для опроса;</li> <li>– Проводит опрос;</li> <li>– Подводит итоги проведения маркетингового исследования, делает необходимые выводы</li> </ul>

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 4

**Тема:** Формулировка вопросов анкеты

##### Вариант 1

Начинающий маркетолог составляет анкету для исследования. Правильно ли сформулированы следующие вопросы. Найдите ошибки.

- Используете ли вы шампунь и бальзам для волос?
  - ☐ да
  - ☐ нет
- Какую марку шампуня вы используете?  
(укажите)\_\_\_\_\_
- Считаете ли вы, что отечественные шампуни более полезные для волос, так как только в их состав входят натуральные ингредиенты?
  - ☐ да
  - ☐ нет
- Как часто вы обычно покупаете бальзам для волос?
  - ☐ никогда
  - ☐ время от времени
  - ☐ часто
  - ☐ регулярно
- Какова сумма расходов в год на шампунь для волос на одного члена вашей семьи? (укажите)\_\_\_\_\_

## **Вариант 2**

Правильно ли сформулированы следующие вопросы. Найдите ошибки.

1. Важны ли для вас удобное месторасположение и наличие парковки при выборе магазина?

- ☐ да
- ☐ нет

2. Почему вы выбрали наш магазин?

- ☐ магазин удобно расположен
- ☐ доброжелательный персонал
- ☐ качественный товар
- ☐ посоветовали друзья, родные
- ☐ видели рекламу

3. Как давно вы совершаете покупки в нашем магазине?

- ☐ давно
- ☐ не очень давно
- ☐ недавно
- ☐ не совершаю покупки

4. Регулярно ли вы покупаете в нашем магазине?

- ☐ да
- ☐ нет

5. Какую сумму в месяц вы тратите на продукты питания?

- ☐ до 5000 руб.
- ☐ 5000 – 7 000 руб.
- ☐ 7000 – 10 000 руб.
- ☐ более 10 000 руб. \_\_

### **Критерии оценки:**

- «отлично» - задание полностью выполнено правильно, найдены все допущенные ошибки;
- «хорошо» - при выполнении задания не найдена одна ошибка;
- «удовлетворительно» - при выполнении задания не найдены две ошибки;
- «неудовлетворительно» - при выполнении задания не найдены более двух ошибок.

<b>Наименование объектов контроля и оценки</b>	<b>Основные показатели оценки результатов</b>
<b>У3</b> Проводить маркетинговые исследования рынка	– Осуществляет проведение маркетингового исследования в силу своих должностных обязанностей
<b>35.</b> Этапы маркетинговых исследований, их результат, управление маркетингом	– Выявляет проблему; – Определяет вид необходимой информации; – Разрабатывает опросный лист-анкету;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Выявляет выборку потребителей для опроса;</li> <li>– Проводит опрос;</li> <li>– Подводит итоги проведения маркетингового исследования, делает необходимые выводы</li> </ul>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 5**

**Тема:** Разработка анкеты

### **Вариант 1**

Составьте анкету для маркетингового исследования, цель которого – оценить востребованность услуг химчистки в следующем году. Следует спрогнозировать ёмкость данного рынка, описать потенциальных потребителей и основные факторы, влияющие на покупку данной услуги.

### **Вариант 2**

Планируется маркетинговое исследование с целью оценки спроса на кондиционеры в следующем году. Следует спрогнозировать ёмкость данного рынка, предпочитаемые потребителями модели (структура спроса) и основные факторы, влияющие на покупку данного товара.

### **Вариант 3**

Разработайте анкету для оценки спроса на отделочные строительные материалы. Нужен прогноз ёмкости данного рынка в будущем году, следует выявить структуру спроса (предпочитаемые потребителями материалы) и основные факторы, влияющие на покупку.

### **Вариант 4**

Составьте анкету для оценки спроса на молочные смеси для детей в возрасте до 6 месяцев. Следует спрогнозировать ёмкость данного рынка на ближайший год, структуру спроса и основные факторы, влияющие на покупку данного товара.

#### **Критерии оценки:**

- «отлично» - анкета разработана правильно, с соблюдением основных маркетинговых приемов и требований;
- «хорошо» - анкета разработана правильно, но допущены определенные недостатки – неправильная формулировка вопроса, неграмотное построение вопроса и т. д.;

- «удовлетворительно» - анкета содержит существенные недостатки – нет вводной части, неясно сформулирована цель проведения опроса и т. д.;
- «неудовлетворительно» - в анкете допущены серьезные ошибки – нарушение структуры построения анкеты, анкета содержит некорректные вопросы, вопросы не соответствуют поставленным целям анкетирования

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
У3 Проводить маркетинговые исследования рынка	– Осуществляет проведение маркетингового исследования в силу своих должностных обязанностей
34. Методы изучения рынка, анализа окружающей среды	– Знает методы изучения рынка и анализа окружающей среды

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 6

**Тема:** Анализ анкеты

### Вариант 1

С помощью логического контроля подвергните проверке следующие ответы на вопросы анкеты:

- ☐ фамилия, имя, отчество – Сидорова Ирина Петровна;
- ☐ пол – мужской;
- ☐ национальность – русская;
- ☐ родной язык – украинский;
- ☐ образование – среднее специальное;
- ☐ занятие по этому месту работы – медицинская сестра.

Укажите, какие из ответов не согласуются между собой. Можно ли исправить какие-либо из них?

### Вариант 2

С помощью логического контроля подвергните проверке следующие ответы на вопросы анкеты:

- ☐ фамилия, имя, отчество – Иванов Игорь Андреевич;
- ☐ пол – мужской;
- ☐ возраст – 10 лет;
- ☐ состоит ли в браке в настоящее время – да;
- ☐ образование – среднее специальное;
- ☐ место работы – школа.

В ответах на какие вопросы вероятнее всего произведены ошибочные записи? Можно ли исправить какие-либо из них?

### **Вариант 3**

С помощью логического контроля подвергните проверке следующие ответы на вопросы анкеты:

- ☐ фамилия, имя, отчество – Петров Олег Александрович;
- ☐ возраст – 45 лет, родился 3.04.1978,
- ☐ образование – среднее;
- ☐ место работы – книжный магазин;
- ☐ занятие по этому месту работы - товаровед;
- ☐ общественная группа - рабочий.

Укажите, какие из ответов не согласуются между собой. Можно ли исправить какие-либо из них?

### **Вариант 4**

Проверьте с помощью счетного (арифметического) контроля следующие данные, полученные из анализа базы данных клиентов магазина:

- всего клиентов, имеющих дисконтные карты – 1330;
- в том числе:
  - имеющих скидку 3% – 370,
  - имеющих скидку 5% – 430,
  - имеющих скидку 7 % – 370.
- из всего числа клиентов, имеющих дисконтные карты: мужчин – 720, женщин – 660.

Если вы установили несоответствие между некоторыми числами, то считаете ли вы достаточными основания для внесения соответствующей поправки?

#### **Критерии оценки:**

- «отлично» - анкета разработана правильно, с соблюдением основных маркетинговых приемов и требований;
- «хорошо» - анкета разработана правильно, но допущены определенные недостатки – неправильная формулировка вопроса, неграмотное построение вопроса и т. д.;
- «удовлетворительно» - анкета содержит существенные недостатки – нет вводной части, неясно сформулирована цель проведения опроса и т. д.;
- «неудовлетворительно» - в анкете допущены серьезные ошибки – нарушение структуры построения анкеты, анкета содержит некорректные вопросы, вопросы не соответствуют поставленным целям анкетирования

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
У3 Проводить маркетинговые исследования рынка	– Осуществляет проведение маркетингового исследования в силу своих должностных обязанностей

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 7

**Тема:** Проведение маркетингового исследования

### Инструкция по выполнению практического задания № 7

#### ЗАДАНИЕ

Какой тип исследования и почему был бы наиболее уместен в следующих ситуациях:

1. фирма, выпускающая сладкие изюмные хлопья, хочет выяснить степень влияния детей на фактический объем покупок своих товаров;
2. книжный магазин вашего колледжа хочет собрать предварительную информацию об отношении студентов к предлагаемым им товарам и услугам;
3. корпорация «Макдонольдс» обдумывает возможность размещения нового кафе в быстрорастущем пригороде;
4. фирма «Жилетт» хочет выяснить сравнительную эффективность влияния двух новых рекламных идей на сбыт своего сухого дезодоранта «Райт гард» с ароматом лайма в двух крупных городах.

#### ЗАДАНИЕ

На основе тест-маркетинга на четырех предприятиях вы выяснили, что существует достаточно емкий потенциальный рынок. Для решения вопроса об ассортименте из трех блюд несложного приготовления вы можете выбрать:

- омлет;
- яичницу;
- бутерброды с яйцами;
- оладьи;
- жареную колбасу;
- горячие сдобы.

Предложенные блюда одинаковы с точки зрения прибыли за время проведения тест-маркетинга. Разработайте план эксперимента, который поможет выяснить, какие три основных блюда для завтрака следует готовить.

#### ЗАДАНИЕ

Магазин «Дюймовочка» отмечает сокращение числа своих клиентов.

- опишите этапы проведения маркетинговых исследований в данной ситуации;
- составьте план сбора первичных данных;
- выберите и обоснуйте метод сбора информации;
- составьте несколько наиболее важных вопросов, которые необходимо задать потребителям данного предприятия.

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
У3 Проводить маркетинговые исследования рынка	– Осуществляет проведение

	маркетингового исследования в силу своих должностных обязанностей
<b>35.</b> Этапы маркетинговых исследований, их результат, управление маркетингом	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Выявляет проблему;</li> <li>– Определяет вид необходимой информации;</li> <li>– Разрабатывает опросный лист-анкету;</li> <li>– Выявляет выборку потребителей для опроса;</li> <li>– Проводит опрос;</li> <li>Подводит итоги проведения маркетингового исследования, делает необходимые выводы</li> </ul>

### **ТЕСТ №1**

(Выберите один правильный ответ)

**Тема:** Маркетинговые исследования рынка

**Время выполнения:** 15-20 минут

#### **Вопрос № 1**

Маркетинговое исследование – это:

*Варианты ответов:*

- а) Проведение опроса потребителей по поводу степени удовлетворенности качеством товара или услуги фирмы;
- б) Систематическое определение круга данных о маркетинговой ситуации, их сбор, анализ и представление результатов;
- в) анализ по запросу руководства уровня рыночных цен на продукцию или услугу;
- г) Сравнительный анализ эффективности рекламных обращений фирм-конкурентов.

#### **Вопрос № 2**

Вторичная информация представляет собой:

*Варианты ответов:*

- а) Данные по исследованию рынка;
- б) Данные, собранные впервые для поставленной цели маркетингового исследования;
- в) Данные по исследованию цен;
- г) Данные, собранные ранее для других целей и существующие независимо от исследуемой проблемы.

#### **Вопрос № 3**

Как классифицируется такой метод сбора данных, как проведение «фокус-группы»?

*Варианты ответов:*

- а) Опрос;
- б) Дискуссия;
- в) Интервью;
- г) Эксперимент.

#### **Вопрос № 4**

Укажите, что из нижеперечисленного не относится к вторичной информации:

*Варианты ответов:*

- а) Публикации в периодической печати;
- б) Данные о сбыте товаров фирмы;
- в) Статистические отчеты фирмы;
- г) Результаты опроса поставщиков фирмы.

#### **Вопрос № 5**

Что из перечисленного относится к первичной маркетинговой информации:

*Варианты ответов:*

- а) Материалы наблюдения;
- б) Материалы государственной статистики;
- в) Материалы внутренней отчетности организации;
- г) Материалы, содержащиеся в прессе.

#### **Вопрос № 6**

Что из перечисленного относится к вторичной маркетинговой информации:

*Варианты ответов:*

- а) Материалы наблюдения;
- б) Материалы анкетного опроса;
- в) Материалы внутренней отчетности организации;
- г) Материалы специально организованного исследования.

#### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если его ответ без ошибок;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он допустил не более



двух ошибок;

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он допустил три ошибки;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он допустил более трех ошибок.

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
34. Методы изучения рынка, анализа окружающей среды	– Знает методы изучения рынка и анализа окружающей среды
35. Этапы маркетинговых исследований, их результат, управление маркетингом	<ul style="list-style-type: none"><li>– Выявляет проблему;</li><li>– Определяет вид необходимой информации;</li><li>– Разрабатывает опросный лист-анкету;</li><li>– Выявляет выборку потребителей для опроса;</li><li>– Проводит опрос;</li></ul> Подводит итоги проведения маркетингового исследования, делает необходимые выводы

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 8

**Тема:** «Проведение анализа окружающей среды организации»

**Время выполнения:** 90 минут

### ЗАДАНИЕ

Выберите наиболее привлекательную для Вас сферу бизнеса. Проведите анализ влияния факторов микро - и макросреды по следующим ключевым вопросам:

1. Опишите, каким образом природные факторы влияют на Ваш бизнес;
2. Опишите влияние демографических факторов;
3. Опишите влияние политических факторов;
4. Подумайте над тем, какую пользу может представить Вам знание структуры потребления населения того региона, где Вы осуществляете бизнес. Где и как Вы можете получить эту информацию?
5. Ответьте, каким образом современное состояние экономики России влияет на Ваш бизнес? Какие параметры экономики являются для Вашей организации наиболее важными?
6. Какие социальные факторы влияют на Вашу деятельность?
7. Определите, на какой стадии развития находится отрасль, к которой относится Ваше предприятие? Каким образом зависит содержание маркетинговой деятельности Вашего предприятия от стадии развития

отрасли? Какой должна быть стратегия развития Вашего предприятия?

8. Каким образом культурные факторы влияют на ваш бизнес? Какие признаки культурных факторов являются наиболее значимыми?
9. Дайте классификационную схему Ваших потребителей. Напишите, как Вы с ними планируете работать. Какие потребители выгодны для Вашей организации наиболее и почему?
10. Перечислите контактные аудитории Вашей фирмы – позитивные и негативные. Какие формы взаимодействия применяет фирма по отношению к ним?
11. Опишите Ваших конкурентов.

Анализ окружающей среды Вы можете дополнить и другими факторами, имеющими принципиальное значение для деятельности Вашей фирмы. Отчет можно оформить в виде схемы.

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
<b>34.</b> Методы изучения рынка, анализа окружающей среды	– Знает методы изучения рынка и анализа окружающей среды
<b>35.</b> Этапы маркетинговых исследований, их результат, управление маркетингом	– Выявляет проблему; – Определяет вид необходимой информации; – Разрабатывает опросный лист-анкету; – Выявляет выборку потребителей для опроса; – Проводит опрос; Подводит итоги проведения маркетингового исследования, делает необходимые выводы
<b>У3</b> Проводить маркетинговые исследования рынка	– Осуществляет проведение маркетингового исследования в силу своих должностных обязанностей

### **Контрольная работа № 2**

**Тема 2:** Исследования рынка

**Время выполнения** – 90 минут

#### **ВАРИАНТ 1**

1. Маркетинговые исследования: понятие, схема, характеристика целей исследования.

2. Факторы, оказывающие влияние на покупателя при совершении им покупки. По каждому фактору привести пример из практики.

**3. Ответьте на задание теста:**

**Вопрос:** Любая группа, которая проявляет реальный или потенциальный интерес к организации или оказывает влияние на ее способность достигать поставленных целей - это

**Возможные варианты ответов:**

а) поставщики;

- b) контактная аудитория;
- c) посредники.

#### **4. Практическая ситуация:**

Рассмотрите известное вам предприятие и определите, какие субъекты рыночной деятельности являются для него:

- поставщиками;
- маркетинговыми посредниками;
- конкурентами;
- клиентами;
- контактными аудиториями.

По каждой категории участников микросреды выбранного вами предприятия приведите несколько примеров.

### **ВАРИАНТ 2**

1. Анкета как средство проведения опроса.
2. Модели покупательского поведения потребителей.

#### **3. Ответьте на задание теста:**

**Вопрос:** Силы, имеющие непосредственное отношение к самой фирме и ее возможностям по обслуживанию клиентуры – это

**Возможные варианты ответов:**

- a) макросреда фирмы;
- b) микросреда фирмы;
- c) маркетинговая среда.

#### **4. Практическая ситуация:**

Назовите, какие факторы макросреды из разряда демографических, экономических, природных, технологических, социальных, культурных, политических и международных необходимо учитывать производителю кукол и хлебобулочных изделий. В каждой группе факторов укажите 5-7 наиболее важных.

### **ВАРИАНТ 3**

1. Первичная информация маркетинговых исследований. Характеристика закрытых вопросов.
2. Виды конкуренции в розничной торговле.

#### **3. Ответьте на задание теста:**

**Вопрос:** К микросреде предприятия не относится:

**Возможные варианты ответов:**

- a) Средства массовой информации;
- b) Население всей страны;
- c) Торговые организации.

#### **4. Практическая ситуация:**

Многие специалисты считают, что именно экспериментальный вид рыночных исследований обеспечивает надежную базу для планирования дальнейшей деятельности фирмы. Вы согласны с этим утверждением? Ответ обосновать.

#### **ВАРИАНТ 4**

1. Вторичная информация маркетинговых исследований. Характеристика открытых вопросов.
2. Макросреда: характеристика основных элементов.
3. **Ответьте на задание теста:**

**Вопрос:** Конкурентоспособность – это:

**Возможные варианты ответов:**

- a) Самый высокий в мире уровень качества;
- b) Способность товара или услуги продавать себя;
- c) Способность товара или услуги продавать себя в сравнении с аналогичными товарами и услугами в регионе, определяемая в определенный момент времени.

#### **4. Практическая ситуация:**

Разработайте проект анкеты для проведения опроса покупателей ТД «Барс». Цель: мнение покупателей по поводу ремонта и перепланировки торгового зала.

#### **ВАРИАНТ 5**

1. Окружающая среда маркетинга: цель анализа, понятие основных элементов.
2. Схема принятия решения о покупке. Привести пример из практической деятельности.
3. **Ответьте на задание теста:**

**Вопрос:** Информация, которая уже где-то существует, будучи собранной ранее для других целей – это

**Возможные варианты ответов:**

- a) вторичные данные;
- b) первичные данные;
- c) статистика.

#### **4. Практическая ситуация:**

Выберете известные однотипные торговые розничные предприятия. Составьте бальную оценку их конкурентоспособности. Сделайте вывод, внесите предложения.

#### **ВАРИАНТ 6**

1. Микросреда: понятие, характеристика основных элементов и сил.
2. Форматы конкуренции в розничной торговле.

### 3. Ответьте на задание теста:

**Вопрос:** Самым распространенным орудием исследования при сборе первичных данных называется:

**Возможные варианты ответов:**

- а) анкета;
- б) опрос;
- с) интервьюирование.

### 4. Практическая ситуация:

Составить рекламное объявление, в котором необходимо подчеркнуть группу факторов, оказывающих влияние на покупателей при совершении ими покупки холодильника.

### Критерии оценки:

- Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он дал правильные, полные ответы на все поставленные вопросы и практическое задание;
- Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он дал правильные ответы на все поставленные вопросы, допуская отдельные неточности;
- Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он дал ответы на большинство поставленных вопросов, допуская неточности, в том числе при выполнении практического задания;
- Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он дал неполные, неточные ответы на все поставленные вопросы, практическое задание выполнено неправильно.

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
У3 Проводить маркетинговые исследования рынка	– Осуществляет проведение маркетингового исследования в силу своих должностных обязанностей
34. Методы изучения рынка, анализа окружающей среды	– Знает методы изучения рынка и анализа окружающей среды
35. Этапы маркетинговых исследований, их результат, управление маркетингом	– Выявляет проблему; – Определяет вид необходимой информации; – Разрабатывает опросный лист-анкету; – Выявляет выборку потребителей для опроса; – Проводит опрос; – Подводит итоги проведения маркетингового исследования, делает выводы

## Контрольная работа № 3 Тема: Основные стратегии маркетинга

### Вариант №1

1. Товар: определение, классификация по различным признакам, характеристика.
2. Ценовая политика фирмы: определение, цели, факторы.
3. Впишите в соответствующие столбцы таблицы 1 характеристики, отражающие состояние товарной единицы:
  - монтаж;
  - упаковка;
  - основная выгода;
  - послепродажное обслуживание;
  - марочное название;
  - внешнее оформление;
  - поставки и кредитование;
  - гарантия;
  - свойства;
  - качество.

*Таблица 1*

*Характеристики товара*

Товар по замыслу	Товар в реальном исполнении	Товар с подкреплением

## **Вариант №2**

1. Жизненный цикл товара: определение, классическая кривая, основные этапы, их характеристика.
2. Ценовая политика фирмы: определение, основные задачи установления цены на товар.
3. Какой товарный знак вы предложили бы фирме, выпускающей пластмассовые ведра для пищевых и не пищевых отходов? Проанализируйте ваш знак с точки зрения запоминаемости, простоты, соответствия профилю деятельности, образности, оригинальности.

## **Вариант №3**

1. Жизненный цикл товара: определение, реакция фирмы при нахождении товара на разных этапах.
2. Уровни товара при разработке.
3. Заполните таблицу основных признаков сегментации рынка.

*Таблица*

Демографические признаки	Географические признаки	Психографические признаки

**Признаки сегментации.** 1. Возраст. 2. Стилъ жизни. 3. Регион. 4. Пол. 5. Личные качества индивида. 6. Уровень дохода. 7. Город или сельская местность. 8. Размер семьи. 9. Плотность населения 10. Профессия. 11. Численность населения. 12. Климат. 13. Социальный слой.

#### **Вариант №4**

1. Товар-новинка: определение в маркетинге, основные этапы разработки, уровни товара при разработке.
2. Установление цены на различные группы товаров.
3. Определите, на каком этапе ЖЦ находятся следующие товары:
  - видеомагнитофоны;
  - мобильные телефоны;
  - резиновая обувь;
  - ручная дрель;
  - пылесос с контейнером для сбора пыли;
  - фарфоровый сервиз;
  - детектив Д. Донцовой.

#### **Вариант №5**

1. Уровни канала распределения: определение, виды, характеристика.
2. Дополнительные атрибуты товара.
3. Определить уровни товара при разработке, если товар – пишущая ручка.

#### **Вариант №6**

1. Товарная политика: определение, цели, виды и их характеристика.
2. Ценовая политика фирмы: определение, типы рынков.
3. Разработать марку, упаковку для фирмы, занимающейся производством и реализации мешков для сбора мусора.

#### **Критерии оценки:**

- Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он дал правильные, полные ответы на все поставленные вопросы и практическое задание;
- Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он дал правильные ответы на все поставленные вопросы, допуская отдельные неточности;
- Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он дал ответы на большинство поставленных вопросов, допуская неточности, в том числе при выполнении практического задания;
- Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он дал неполные, неточные ответы на все поставленные вопросы, практическое задание выполнено неправильно.

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
<b>3 1.</b> Составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Различает типы маркетинга;</li> <li>– Может объяснить сущность основных объектов маркетинговой деятельности;</li> <li>– Характеризует субъекты маркетинговой деятельности.</li> </ul>

### Практическое задание №9

**Тема:** Сбытовая политика

**Время проведения** – 15 минут

#### Вариант 1

Компания выводит на международный рынок новый аромат туалетной воды. Как могут выглядеть каналы распределения, если предполагается продажа новинки в нескольких странах.

#### Вариант 2

Молокозавод выводит на рынок новый кисломолочный продукт, продажа планируется в нескольких районах области. Опишите возможные каналы распределения.

#### Вариант 3

Текстильная фабрика разработала новую линейку набивных тканей, реализация которых планируется в ближайшем сезоне. Какие компании будут посредниками? Как может выглядеть система распределения фабрики?

#### Вариант 4

«Мегафон» разработал новый тарифный план и планирует внедрить его на большинстве региональных рынков. Опишите систему распределения услуг данной компании. Какие субъекты составляют её канал дистрибуции?

#### Критерии оценки:

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
<b>32.</b> Средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров,	– Определяет товары для удовлетворения конкретной потребности
<b>У 2</b> Обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций	– Осуществляет реализацию товаров, стимулирует покупателей к совершению покупки



## ТЕСТ №

**Тема:** Сбытовая политика

**Время выполнения:** 15 минут

### **Вопрос № 1**

Какой из каналов товародвижения относится к косвенному:

*Варианты ответов:*

- а) Посылочная торговля;
- б) Продажа через агентов;
- в) Продажа через розничный магазин?

### **Вопрос № 2**

Кто приобретает право собственности на товар:

*Варианты ответов:*

- а) Агент производителя;
- б) Брокер;
- в) Дилер?

### **Вопрос № 3**

Канал распределения – это:

*Варианты ответов:*

- а) Способ распространения рекламы;
- б) Способ транспортировки товара;
- в) Совокупность организаций или лиц, способствующих перемещению товара от производителя к потребителю.

### **Вопрос № 4**

Ширина канала распределения определяется:

*Варианты ответов:*

- а) Числом уровней канала распределения;
- б) Количеством реализуемых товарных групп;
- в) Числом посредников на одном уровне канала распределения.

### **Вопрос № 5**

При использовании прямого канала распределения продажа товара осуществляется:

*Варианты ответов:*

- а) С помощью почтовой пересылки товара;
- б) Агентами производителя;

в) Через сеть розничных магазинов, не принадлежащих предприятию.

### **Вопрос № 6**

Стимулирование сбыта – это:

*Варианты ответов:*

- а) Активизация и поощрение торговых посредников;
- б) Установление и поддержание с возможными покупателями личностных отношений;
- в) Активизация и поощрение покупателей;
- г) Осуществление бесплатной раздачи образцов;
- д) Поощрение постоянных покупателей.

### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если его ответ без ошибок;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он допустил не более двух ошибок;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он допустил три ошибки;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он допустил более трех ошибок.

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
32. Средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров,	– Определяет товары для удовлетворения конкретной потребности

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 10**

### **Вариант № 1**

На рынок выводится товар-новинка: портативное устройство для стирки, основанное на ультразвуке. Определите группу целевого воздействия, выбрать средства распространения, средства рекламы, основные рекламные аргументы.

### **Вариант № 2**

Разработать систему мероприятий по стимулированию сбыта для предприятия по производству мобильных телефонов и для торгового предприятия, реализующего мобильные телефоны в розницу.

### Вариант № 3

Продумайте для рекламной кампании мотивацию покупки следующих товаров:

- а. компьютера;
- б. жевательной резинки;
- с. услуги по стрижке собак;
- д. толкового словаря;
- е. полиса на оказание стоматологических услуг.

### Вариант № 4

Определить точки проведения и время проведения промоушн-акций для услуг детского кафе, элитного салона красоты, соусов и майонезов, шоколада, стирального порошка.

#### Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если практическое задание выполнено правильно;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он допустил неточности при выполнении практического задания;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он дал неточный ответ на практическое задание;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он допустил принял решение по практическому заданию, не соответствующее его условиям.

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
У 2 Обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций	– Осуществляет реализацию товаров, стимулирует покупателей к совершению покупки
33. Маркетинговые коммуникации и их характеристику	– Знает элементы комплекса маркетинговых коммуникаций фирмы

### ТЕСТ №2

**Тема:** Маркетинговые коммуникации

**Время выполнения** – 20 минут

#### Вопрос 1

Набор инструментов коммуникационной политики не включает:

*Варианты ответов:*

- а/ выставки;
- б/ Интернет;
- в/ маркетинговая информационная система;
- г/ дисконты.

## **Вопрос 2**

Неличный характер маркетинговой коммуникации означает:

*Варианты ответов:*

- а/ отсутствие имени фирмы, организующей коммуникацию;
  - б/ обращение к большой аудитории с одним предложением;
  - в/ отсутствие у фирмы «общественного лица»;
- трудность оценить влияние на потребителя.

## **Вопрос 3**

Для каждой ситуации выберите один вариант ответа - да или нет:

*Варианты ответов:*

- а/ внутрифирменная реклама имеет целью информировать покупателя о товаре;
- б/ реклама - это массовая коммуникация, рожденная конкуренцией, которая связывает экономически людей, предлагающих товар или услуги и приобретающих их;
- в/ предметом дисциплины «паблик рилейшнз» является коммуникация;
- г/ непрерывность общения и выяснение общественного мнения не имеют большого значения для предприятия;
- д/ конкурентная реклама должна подробно информировать потребителей о товаре;
- ж/ применение прямой почтовой рекламы в российской практике сдерживается отсутствием информационного банка данных;
- з/ компьютеризованная реклама приоритетна при продвижении товаров производственно-технического назначения;
- и/ выставки и ярмарки не относятся к средствам товарной рекламы.

## **Вопрос 4**

В чем заключается цель рекламной компании:

*Варианты ответов:*

- а/ в создании и поддержании предпочтения на рынке определенному продукту (товарной марке);
- б/ в росте объемов продаж;
- в/ в увеличении числа торговых точек;
- г/ в увеличении доли рынка.

## **Вопрос 5**

При каком состоянии спроса производитель может не использовать рекламу:

*Варианты ответов:*

- а/ при снижающемся спросе;
- б/ при негативном спросе;
- в/ при отрицательном спросе.

## **Вопрос 6**

Общественная реклама выполняет функции:

*Варианты ответов:*

- а/ информационную;
- б/ престижную;
- в/ барьерную

### **Вопрос 7**

Рекламная кампания называется целевой, если:

*Варианты ответов:*

- а/ она преследует цель постоянного увеличения интенсивности рекламного воздействия;
- б/ рекламодатель использует лишь один конкретный вид рекламной деятельности;
- в/ она направлена на определенную группу целевого воздействия.

### **Вопрос 8**

При выборе средства распространения рекламной информации, прежде всего, необходимо учесть:

*Варианты ответов:*

- а/ ее направленность на целевую аудиторию;
- б/ стоимость рекламы;
- в/ стиль рекламы.

### **Вопрос 9**

Рекламный слоган - это:

*Варианты ответов:*

- а/ элемент товарной марки, идентифицирующий фирму;
- б/ единый художественно-графический подход к оформлению рекламных материалов;
- в/ комплекс мероприятий, направленных на формирование престижного образа товара;
- г/ короткий лозунг, девиз фирмы.

### **Вопрос 10**

Основными достоинствами рекламы в газетах являются:

*Варианты ответов:*

- а/ оперативность размещения;
- б/ многочисленная вторичная аудитория;
- в/ широкий выбор рекламных средств и форм;
- г/ относительно низкие затраты в расчете на одного человека.

### **Вопрос 11**

Достоинствами печатной рекламы являются:

*Варианты ответов:*

- а/ широкие возможности выражения идей различными художественными средствами;
- б/ высокое качество воспроизведения;
- в/ длительность существования и использования;
- г/ широта охвата.

### **Вопрос 12**

Для увеличения читаемости печатного рекламного текста целесообразно:

*Варианты ответов:*

- а/ снабжение текста иллюстрациями;
- б/ присутствие данных о новизне товара;
- в/ соответствие товара требованиям рынка;
- г/ все ответы верны.

### **Вопрос 13**

Каким показателем может быть определена эффективность рекламной компании:

*Варианты ответов:*

- а/ увеличением числа информированных покупателей;
- б/ увеличением объема продаж в процессе осуществления рекламной компании;
- в/ получением рекламного прироста, представляющего собой разность между объемами продаж после прекращения рекламной компании и объемами продаж до ее начала;
- г/ увеличением числа торговых точек.

### **Вопрос 14**

Экономическую эффективность рекламы определяют:

*Варианты ответов:*

- а/ яркость и красочность рекламы;
- б/ искусство производить психологическое воздействие на покупателей;
- в/ величину реализации товаров после повышения цен;
- г/ возросшая известность предприятия.

### **Вопрос 15**

Экономическая эффективность рекламы - это категория, отображающая:

*Варианты ответов:*

- а) изменение покупательского поведения потребителей;
- б) сравнение «мощности рекламной атаки» с затратами на рекламную кампанию;
- в) результат сопоставления расходов на рекламу с изменением объема продаж.

### **Вопрос 16**

Для кого обычно предназначается комплекс мероприятий по стимулированию сбыта:

*Варианты ответов:*

- а/ для покупателей, незнакомых с потребительскими свойствами нового товара;
- б/ только для предприятий оптовой торговли;
- в/ для покупателей, которые на личном опыте ознакомились с потребительскими свойствами данного товара;
- г/ для организаций, специализирующихся на коммерческой рекламе.

### **Вопрос 17**

При каких условиях целесообразно отдать предпочтение личной продаже по сравнению с рекламой:

*Варианты ответов:*

- а/ если продукцию трудно дифференцировать;
- б/ если стоимость единицы товара высока (дорогостоящие товары);
- в/ если реализуются технически сложные товары;
- г/ если предприятие недостаточно известно на рынке.

### **Критерии оценки:**

#### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если его ответ без ошибок;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он допустил не более трех ошибок;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он допустил пять ошибок;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он допустил более пяти ошибок.

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
33. Маркетинговые коммуникации и их характеристику	– Знает элементы комплекса маркетинговых коммуникаций фирмы

## **ТЕСТ № 3**

**Тема:** Конкурентная среда

**Время выполнения** – 15 минут

### **Вопрос № 1**

Конкурентоспособность товара – это:

*Варианты ответов:*

- а) Самый высокий уровень качества в мире;
- б) Способность товара конкурировать на мировом рынке;
- в) Способность товара конкурировать с аналогичными видами продукции на мировом рынке;

- d) Способность товара конкурировать с аналогами на конкретном рынке в определенный период времени.

### **Вопрос № 2**

Компания рассматривает цену на рынке как данную, это пример:

*Варианты ответов:*

- a) Монополии;
- b) Монополистической конкуренции;
- c) Олигополии;
- d) Чистой конкуренции.

### **Вопрос № 3**

1. Потребитель решает, какое транспортное средство купить: автомобиль или мотоцикл. Это:

*Варианты ответов:*

- a) Конкуренция на уровне нужды;
- b) Общая конкуренция;
- c) Видовая конкуренция;
- d) Марочная конкуренция.

### **Вопрос № 4**

Рынок, на котором компания контролирует более 90% рынка – это:

*Варианты ответов:*

- a) Монополистическая конкуренция;
- b) Монополия;
- c) Олигополия;
- d) Чистая конкуренция.

### **Вопрос № 5**

Сок «Моя семья» конкурирует с соком «Я» и «Любимый». Это пример:

*Варианты ответов:*

- a) Общей конкуренции;
- b) Конкуренции на уровне вида продукта;
- c) Конкуренции на уровне марки;
- d) Ничего из вышеперечисленного..

### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если его ответ без ошибок;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он допустил не более двух ошибок;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он допустил три ошибки;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он допустил более трех ошибок.

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки
-----------------------------------------	----------------------------



	результатов
36. Конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности	<ul style="list-style-type: none"> <li>– понятие конкуренции;</li> <li>– различает виды конкуренции;</li> <li>– характеризует показатели конкурентоспособности товара и фирмы</li> </ul>

### Практическое задание № 11

**Тема:** Анализ конкурентоспособности товара и его конкурентных преимуществ

**Время выполнения** – 180 минут

#### Инструкция по выполнению задания №11

#### ЗАДАНИЕ

Оцените конкурентные преимущества офисной мебели, выпускаемой тремя предприятиями (выявите лидера).

В табл. 24 приведен перечень параметров изделий, оказывающих влияние на спрос, а также значимость (важность) каждого параметра для потребителей. Кроме того, в табл. 24 приведена балльная оценка (по десятибалльной шкале) трех конкурирующих товаров по результатам экспертизы.

№	Параметры товара	Важность параметра для потребителя	Оценка параметров в баллах		
			1	2	3
1.	Качество исходного материала	0,20	8	9	6
2.	Качество материала покрытия	0,07	7	8	5
3.	Качество фурнитуры	0,12	10	5	6
4.	Дизайн	0,23	10	8	7
5.	Качество отделки	0,10	5	6	8
6.	Цвет	0,06	10	10	5
7.	Наличие влагонепроницаемого слоя	0,22	10	3	-
		1,0	60	49	37

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результатов
У4 Оценивать конкурентоспособность товара	– анализирует конкурентоспособность товара, делает выводы

### ТЕСТ № 4

(обобщающий пройденный материал)

**Время выполнения** – 30 минут

#### 1 ВАРИАНТ

1. Конечной целью маркетинга является:
  - а) максимизация прибыли;
  - б) производство товаров новинок;
  - в) стимулирование продаж.
2. Цели деятельности фирм и цели маркетинга:
  - а) совершенно идентичны;
  - б) тесно взаимосвязаны;
  - в) совершенно не связаны.
3. Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена - это
  - а) торговля;
  - б) менеджмент;
  - в) маркетинг.
4. Все, что может удовлетворить нужду:
  - а) потребность;
  - б) товар;
  - в) запрос.
5. Служащий компании, занимающийся анализом, планированием, претворением в жизнь намеченного и/или функциями контроля - это
  - а) менеджер;
  - б) торговый агент;
  - в) управляющий по маркетингу.
6. Набором поддающихся контролю переменных факторов маркетинга называется:
  - а) комплекс маркетинга;
  - б) выборка;
  - в) маркетинговая информация.
7. Всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара - это
  - а) методы стимулирования;
  - б) реклама;
  - в) пропаганда.
8. Постоянно действующая система взаимосвязи людей, оборудования и методических приемов, предназначенная для сбора информации - это
  - а) система маркетинговых исследований;
  - б) система маркетинговой информации;
  - в) рынок.
9. Набором совершенных методов анализа маркетинговых данных и проблем маркетинга называется:
  - а) наблюдение;
  - б) эксперимент;
  - в) система анализа маркетинговой информации.
10. Самым распространенным орудием исследования при сборе первичных данных называется:

- а) анкета;
  - б) опрос;
  - в) интервьюирование.
- 11.** Любая группа, которая проявляет реальный или потенциальный интерес к организации или оказывает влияние на ее способность достигать поставленных целей - это
- а) поставщики;
  - б) контактная аудитория;
  - в) посредники.
- 12.** Производством нескольких продуктов с различными свойствами, предназначенных для всех покупателей, но рассчитанных на разные вкусы называется:
- а) продукто - дифференцированный маркетинг;
  - б) массовый маркетинг;
  - в) целевой маркетинг.
- 13.** Плановое воздействие на событие - это
- а) наблюдение;
  - б) опрос;
  - в) эксперимент.
- 14.** Материальные изделия, которые выдерживают обычно многократное использование - это
- а) товары кратковременного использования;
  - б) недвижимость;
  - в) товары длительного использования.
- 15.** Товары, которые потребитель перед покупкой, как правило, сравнивает между собой по показателям пригодности, качества, цены и внешнего оформления - это
- а) товары повседневного спроса;
  - б) товары предварительного выбора;
  - в) услуги.
- 16.** Часть марки, которую можно опознать, но невозможно произнести - это
- а) товарный знак;
  - б) марочный знак;
  - в) марка.
- 17.** Товар с определенным набором свойств, предлагаемый на продажу - это
- а) товар в реальном исполнении;
  - б) товар по замыслу;
  - в) товар с подкреплением.
- 18.** Процесс развития продаж товара и получения прибылей, состоящий из четырех этапов - это
- а) товародвижение;
  - б) стимулирование сбыта;
  - в) жизненный цикл товара.
- 19.** Денежная сумма, взимаемая за конкретный товар - это

- а) цена;
  - б) себестоимость;
  - в) стоимость.
- 20.** Посредником, который выполняет ту или иную работу по приближению товара и права собственности на него к конечному покупателю называется:
- а) розничный продавец;
  - б) уровень канала распределения;
  - в) оптовый продавец.
- 21.** Неличное и не оплачиваемое спонсором стимулирование спроса на товар, услугу или деловую организационную единицу посредством распространения о них коммерчески важных сведений в печатных средствах информации или благожелательного представления по радио, телевидению или со сцены, называется:
- а) личные продажи;
  - б) реклама;
  - в) пропаганда.
- 22.** Средства, вложенные в разработку товара, могут окупаться на этапе:
- а) выведения на рынок;
  - б) зрелости;
  - в) роста.
- 23.** Любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг от имени известного спонсора - это
- а) реклама;
  - б) пропаганда;
  - в) личные продажи.
- 24.** Розничное заведение, предлагающее узкий товарный ассортимент значительной глубины - это
- а) специализированный магазин;
  - б) торговый центр;
  - в) склад-магазин.
- 25.** Сравнительно стабильные группы в рамках общества, располагающиеся в иерархическом порядке и характеризующиеся наличием у их членов схожих ценностных представлений, интересов и поведения - это
- а) образ жизни;
  - б) общественные классы;
  - в) референтная группа.

## **ВАРИАНТ 2**

- 1.** Конечной целью маркетинга является:
- а) создание новых предприятий;
  - б) удовлетворение потребностей общества;
  - в) рост заработной платы.
- 2.** К контактными аудиториями фирмы относятся:
- а) финансовые круги;
  - б) эксперты;

- в) конкуренты.
- 3.** Чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо - это
- а) нужда;  
б) потребность;  
в) запрос.
- 4.** Все, что предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления называется:
- а) ассортиментом;  
б) товаром;  
в) номенклатурой.
- 5.** Процесс разбивки потребителей на группы на основе различий в нуждах, характеристиках и/или поведении называется:
- а) выделение;  
б) концентрация;  
в) сегментирование рынка.
- 6.** Какой этап жизненного цикла товара обеспечивает товару четко отличное от других, желательного места на рынке?
- а) позиционирование на рынке;  
б) проникновение на рынок;  
в) выход на рынок.
- 7.** Сочетание четырех составляющих: товара, цены, методов распространения и методов стимулирования - это
- а) жизненный цикл товара;  
б) комплекс маркетинга;  
в) элементы маркетинга.
- 8.** Постоянно действующей системой, предназначенной для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения информации называется:
- а) система маркетинговых исследований;  
б) комплекс маркетинга;  
в) система маркетинговой информации.
- 9.** Информация, собранная впервые для какой-либо конкретной цели - это
- а) вторичные данные;  
б) первичные данные;  
в) анкета.
- 10.** Сегмент населения, призванный олицетворять собой население в целом - это
- а) выборка;  
б) семья;  
в) социальная группа.
- 11.** Силы более широкого социального плана, оказывающие влияние на микросреду - это
- а) макросреда;  
б) потребители;

в) правительство.

**12.** Маркетинг 1-ого продукта, предназначенного сразу для всех покупателей - это

а) целевой маркетинг;

б) продукто - дифференцированный маркетинг;

в) массовый маркетинг.

**13.** Определение вида интересующей заказчика, информации и пути ее эффективного сбора - это

а) наблюдение;

б) отбор источников информации;

в) опрос.

**14.** Средство или способ решения какой – то проблемы - это

а) товар;

б) товар по замыслу;

в) запрос.

**15.** Товарами, которые потребитель обычно покупает часто, без раздумий и с минимальными усилиями на их сравнение между собой называются:

а) товары предварительного выбора;

б) товары пассивного спроса;

в) товары повседневного спроса.

**16.** Имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетания предназначенные для идентификации и выделения Т или У одного продавца среди Т и У конкурентов - это

а) марка;

б) марочный знак;

в) товарный знак.

**17.** Группой товаров, тесно связанных между собой либо в силу схожести их функционирования, либо в силу того, что их продают одним и тем же группам клиентов называется:

а) товарная номенклатура;

б) ассортиментная группа;

в) товарный ассортимент.

**18.** Конкретное представление, сложившееся у потребителей о реально существующем или потенциальном товаре - это

а) замысел товара;

б) образ товара;

в) идея товара.

**19.** Практикой установления на вновь изобретенный товар максимальной высокой цены называется:

а) стратегия проникновения на рынок;

б) стратегия «снятия сливок»;

в) стратегия следования за лидером.

**20.** Деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест их

- происхождения к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и с выгодой для себя - это
- а) система сбыта;
  - б) каналы распределения;
  - в) товародвижение.
- 21.** Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью совершения продажи - это
- а) личная продажа;
  - б) презентация;
  - в) реклама.
- 22.** Конкуренты, как правило, появляются, когда товар лидирующей фирмы находится на этапе:
- а) роста;
  - б) зрелости;
  - в) упадка.
- 23.** В коммуникации процессом, в ходе которого получатель придает значение символам, переданным отправителем называется:
- а) кодирование;
  - б) расшифровка;
  - в) обращение.
- 24.** Практика установления на вновь изобретенный товар максимально высокой цены, которая делает выгодным восприятие новинки лишь некоторыми сегментами рынка, а фирме позволяет получать максимально возможный доход - это
- а) установление цен для стимулирования сбыта;
  - б) стратегия прочного внедрения на рынок;
  - в) стратегия «снятия сливок».
- 25.** Выступлением в нескольких сегментах рынка с разработкой отдельного предложения для каждого из них занимается:
- а) недифференцированный маркетинг;
  - б) массовый маркетинг;
  - в) дифференцированный маркетинг.

### **ВАРИАНТ 3**

- 1.** Конечной целью маркетинга является:
- а) организация сбыта;
  - б) проведение рекламной компании;
  - в) устойчивый рост доходов фирмы.
- 2.** Маркетинговая среда фирмы складывается:
- а) из руководства фирмы;
  - б) из сотрудников службы маркетинга фирмы;
  - в) из активных субъектов и сил действующих за пределами фирмы.
- 3.** Потребность, подкрепленная покупательной способностью - это
- а) нужда;
  - б) запрос;

- в) товар.
- 4.** Один из способов, посредством которого отдельные лица могут получить желаемый объект - это
- а) продажа;
  - б) обмен;
  - в) кража.
- 5.** Работой с рынком ради осуществления обменов называется:
- а) маркетинг;
  - б) менеджмент;
  - в) продажи.
- 6.** Набор воспринимаемых потребителем свойств - это
- а) товар;
  - б) услуга;
  - в) продукт.
- 7.** Всевозможная деятельность, благодаря которой товар становится доступным для целевых потребителей - это
- а) выставка;
  - б) ярмарка;
  - в) методы распространения.
- 8.** Набором источников и методических приемов, посредством которых руководители получают повседневную информацию о событиях, происходящих в коммерческой среде, называется:
- а) система сбора вторичных данных;
  - б) система сбора внешней текущей маркетинговой информации;
  - в) сбор и анализ статистических данных.
- 9.** Информация, которая уже где-то существует, будучи собранной ранее для других целей - это
- а) вторичные данные;
  - б) первичные данные;
  - в) статистика.
- 10.** Совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами фирмы - это
- а) микросреда фирмы;
  - б) макросреда фирмы;
  - в) маркетинговая среда фирмы.
- 11.** Профессионально подготовленных покупателей товаров промышленного назначения называют:
- а) агенты по продажам;
  - б) агенты по закупкам;
  - в) дилеры.
- 12.** Обеспечение товару конкурентного положения на рынке и разработка детального комплекса маркетинга - это
- а) организация сбыта;
  - б) продвижение товара на рынок;



в) позиционирование товара на рынке.

**13.** Максимально возможный спрос на товар - это

- а) емкость рынка;
- б) конъюнктура рынка;
- в) потребительский спрос.

**14.** Данные, извлекаемые из деловой документации предприятия - это

- а) отчёты;
- б) коммерческая информация;
- в) статистические данные за определённый период работы.

**15.** Объекты продажи в виде действий, выгод или удовлетворения потребностей - это

- а) товары;
- б) идеи;
- в) услуги.

**16.** Товары, о которых потребитель не знает или знает, но обычно не думает об их покупке - это

- а) товары пассивного спроса;
- б) товары повседневного спроса;
- в) товары длительного использования.

**17.** Вместилищем, необходимым для хранения, идентификации или транспортировки товара называют:

- а) транспортная упаковка;
- б) внутренняя упаковка;
- в) внешняя упаковка.

**18.** Проработанный вариант идеи, выраженный значимыми для потребителя понятиями - это

- а) идея товара;
- б) замысел товара;
- в) образ товара.

**19.** Практикой установления на новый товар относительно низкой цены с целью привлечения большого числа покупателей называют:

- а) стратегию «снятия сливок»
- б) стратегию психологической цены;
- в) стратегию проникновения на рынок.

**20.** Любая деятельность по продаже товаров или услуг непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования - это

- а) оптовая торговля;
- б) розничная торговля;
- в) аукцион.

**21.** Кратковременные побудительные меры поощрения покупки или продажи товара или услуги - это

- а) стимулирование сбыта;
- б) скидки;

в) распродажа.

**22.**Цель маркетинга на этапе роста:

- а) поддержание отличительных преимуществ;
- б) привлечение к товару лиц, формирующих общественное мнение;
- в) расширение сбыта имеющихся товаров.

**23.**Набор откликов получателя, возникших в результате контакта с обращением - это

- а) обратная связь;
- б) кодирование;
- в) ответная реакция.

**24.**Массовое производство, массовое распространение и массовое стимулирование сбыта одного и того же товара для всех покупателей - это

- а) массовый маркетинг;
- б) концентрированный маркетинг;
- в) дифференцированный маркетинг.

**25.**Исключительное право на воспроизведение, публикацию и продажу содержания и формы литературного, музыкального или художественного произведения - это

- а) марочный знак;
- б) авторское право;
- в) товарный знак.

#### **ВАРИАНТ 4**

**1.** Конечной целью маркетинга является:

- а) расширение ассортимента;
- б) удовлетворение человеческих нужд и потребностей;
- в) расширение предприятия.

**2.** К показателям конъюнктуры рынка относятся:

- а) маркетинговая стратегия выхода фирмы на новые рынки;
- б) показатели материального производства;
- в) конкуренты и их стратегии.

**3.** Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида - это

- а) потребность;
- б) запрос;
- в) товар.

**4.** Коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами - это

- а) сделка;
- б) обмен;
- в) рынок.

**5.** Совокупность существующих и потенциальных покупателей товара - это

- а) торговая точка;
- б) оптовая фирма;
- в) рынок.

6. Потребители, одинаково реагирующие на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга - это
- а) семья;
  - б) сегмент рынка;
  - в) общественная группа.
7. Денежная сумма, которую потребители должны уплатить для получения товара - это
- а) стоимость;
  - б) себестоимость;
  - в) цена.
8. Систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах - это
- а) маркетинговые исследования;
  - б) изучение рынка;
  - в) изучение конъюнктуры.
9. Один из возможных способов сбора первичных данных, когда исследователь ведет непосредственное наблюдение за людьми и обстановкой - это
- а) наблюдение;
  - б) эксперимент;
  - в) опрос.
10. Силы, имеющие непосредственное отношение к самой фирме и ее возможностям по обслуживанию клиентуры - это
- а) макросреда фирмы;
  - б) микросреда фирмы;
  - в) маркетинговая среда.
11. Совокупность лиц и организаций,купающих товары и услуги, которые используются при производстве других товаров или услуг - это
- а) рынок товаров широкого потребления;
  - б) рынок товаров промышленного назначения;
  - в) рынок услуг.
12. Оценка и отбор одного или нескольких сегментов рынка для выхода на них со своими товарами - это
- а) отбор потребителей;
  - б) сегментирование рынка;
  - в) выбор целевых сегментов рынка.
13. Производство и маркетинг продуктов, разработанных специально для определенных рыночных сегментов - это
- а) целевой маркетинг;
  - б) массовый маркетинг;
  - в) продукто - дифференцированный маркетинг.
14. Совокупность условий, при которых в данный момент протекает деятельность на рынке - это
- а) социальные условия;

- б) конкуренция;
  - в) конъюнктура рынка.
- 15.** Материальные изделия, полностью потребляемые за один или несколько циклов использования - это
- а) товары кратковременного пользования;
  - б) товары длительного пользования;
  - в) услуги.
- 16.** Товары с уникальными характеристиками или отдельные марочные товары, ради приобретения которых значительная часть покупателей готова затратить дополнительные усилия - это
- а) товары предварительного выбора;
  - б) товары особого спроса;
  - в) услуги.
- 17.** Марка или ее часть обеспеченная правовой защитой - это
- а) марочное название;
  - б) товарный знак;
  - в) марочный знак.
- 18.** Общее представление о возможном товаре, который фирма могла бы, по ее мнению, предложить рынку - это
- а) замысел товара;
  - б) образ товара;
  - в) идея товара.
- 19.** Совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услугу на их пути от производителя к потребителю - это
- а) товарная биржа;
  - б) товародвижение;
  - в) канал распределения.
- 20.** Любая деятельность по продаже товаров или услуг тем, кто приобретает их с целью перепродажи или профессионального использования - это
- а) оптовая торговля;
  - б) розничная торговля;
  - в) аукцион.
- 21.** Любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг от имени известного спонсора - это
- а) реклама;
  - б) личные продажи;
  - в) пропаганда.
- 22.** Этап вывода товара фирмы на рынок обычно характеризуется:
- а) получением значительной прибыли;
  - б) покрытием своих затрат;
  - в) необходимостью нести определённые убытки.
- 23.** Каналы коммуникации, по которым обращение передается от отправителя к получателю - это

- а) обращение;  
 б) средства распространения информации;  
 в) товародвижение.
- 24.** Монетные устройства по продаже товаров - это  
 а) универмаг;  
 б) торговый автомат;  
 в) универсам.

- 25.** Товары, частично присутствующие в готовом изделии и подразделяющиеся на две группы: стационарные сооружения и вспомогательное оборудование - это  
 а) вспомогательные материалы и услуги;  
 б) вспомогательное оборудование;  
 в) капитальное имущество.

### Ответы на тестовые задания по дисциплине «Маркетинг»

Вариант № вопроса	I	II	III	IV
1	а	б	в	б
2	б	а	в	б
3	в	а	б	а
4	б	б	б	а
5	в	в	а	в
6	а	а	а	б
7	а	б	в	в
8	б	в	б	а
9	в	б	а	а
10	б	а	в	б
11	б	а	б	б
12	а	в	в	в
13	в	б	а	а
14	в	б	б	в
15	б	в	в	а
16	б	а	а	б
17	а	в	а	б
18	в	б	б	в
19	а	б	в	в
20	б	в	б	а
21	в	а	а	а
22	в	а	б	а
23	а	б	в	б
24	а	в	а	б
25	б	в	б	в

### **2.3 РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ПОДГОТОВКЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ К АТТЕСТАЦИИ.**

1. НАЛОГОВЫЙ КОДЕКС РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ(НК РФ) Часть 1 от 31.07.1998 №146-ФЗ
2. Закон РФ «О рекламе» от 28.07.1995 г. №108-ФЗ.
3. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименовании мест происхождения товаров» от 23.09.1992 г. №3520-1.
4. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. №2300-1.
5. Закон РФ «О конкуренции и ограничениях монополистической деятельности на товарных рынках» от 22.03.1991 г. №948-1.
6. Закон РФ «О стандартизации» от 10.06.1993 г. №5154-1 (в ред. Федерального закона от 27.12.1995 г. №211-ФЗ).
7. Агабекян О. В., Макарова К. С. Налоги и налогообложение.- Учебник Алиев Б. Х. Налоги и налогообложение.- учеб. пособие.– М, Финансы и статистика, 2008г.
9. Барышев А.Ф. Маркетинг. М.: Академия, 2010 г. – 224с.
10. Беляев В.И. Маркетинг: Основы теории и практики. – М.: Кнорус, 2010. – 680с.
11. Годин А.М. Маркетинг – М.: Дашков и К°, 2011 г. - 652с.
12. Григорьев М. Н. Маркетинг– М.: Дашков и К°, 2011 г. - 448с.
13. Канке А.А., Кошечая И.П. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие.-2-е изд. Испр.-доп.-М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013.
14. Ким С. А. Маркетинг– М.: Дашков и К°, 2010 г. - 260с.
15. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс.- СПб. : Питер, 2011. – 464 с.
16. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие для ССУЗов.-М.: ИД ФОРУМ, 2012.
17. Нуралиев С. У., Нуралиев Д. С. Маркетинг– М.: Дашков и К°, 2013 г. - 362с.
18. Парамонова Т. Н., Красюк Н. Н., Лукашевич В. В. Маркетинг торгового предприятия– М.: Дашков и К°, 2013 г. - 284с.
19. Полякова Г.Б., Романова А.Н. Налоги и налогообложение. – Ростов-на-Дону, «Феникс», 2005 г.
20. Романовский М. В., Врублевский О. В. Налоги и налогообложение. –СПб, 2006г.
21. Трошин А.Н., Мазурина Т.Ю., Фомкина В.И. Финансы и кредит: учеб. Пособие.-М.: : Инфра-М, 2009г.
22. Финансы и кредит. Под ред. Л.В. Перекрестовой Л.В.- М: «Академия», 2012г.
23. Финансы, денежное обращение и кредит. Под ред. О.Е. Янин.-М.: «Академия», 2010г.;
24. Ходов Л.Г., Худолеев В.В. Налоги и налогообложение: учеб. пособие. – М.: ФОРУМ; ИНФРА – М, 2004
25. Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник для СПО: изд.6-е, перераб.-РнД.: Феникс, 2013.

## 2.4 СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

### Основные источники:

1. Захарова Ю.А. Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж [Электронный ресурс] : практическое пособие / Ю.А. Захарова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 134 с. — 978-5-394-01357-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57127.html>

2. Назарова А.В. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс] : учебное пособие для СПО / А.В. Назарова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Профобразование, 2017. — 90 с. — 978-5-4488-0001-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62797.html>

3. Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. — М, 2017.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71036.html>

4. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Г.В. Савицкая. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2016. — 376 с. — 978-985-503-569-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67610.html>

5. Финансы организаций [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.Г. Колпина [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2016. — 332 с. — 978-985-503-567-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67782.html>

6. Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник [Текст]/ Л.Н. Чечевицына, К.В. Чечевицын . – Изд. 6-е перераб. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 368с., (Среднее профессиональное образование)

### Дополнительные источники:

1. Богомоллова Е.В. Экономический анализ [Электронный ресурс] : практикум / Е.В. Богомоллова, А.Е. Кисова, Е.В. Рыжкова. — Электрон. текстовые данные. — Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2016. — 65 с. — 978-5-88247-779-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/64874.html>

2. Бочкова С.В. Анализ финансовой отчетности [Электронный ресурс] / С.В. Бочкова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 292 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47665.html>

3. Гиляровская Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 080105 «Финансы и кредит»/ Гиляровская Л.Т., Ендовицкая А.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 159 с.— Режим доступа: <http://www.IPRbooks.ru/book/?id=52041>.— «IPRbooks»

4. Дьякова Т.М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.М. Дьякова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2014. — 162 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21548.html>
  5. Йенс Нордфальт, Ритейл-маркетинг [Электронный ресурс]: практики и исследования /Нордфальт Йенс.— М, 2015.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34788.html>
  6. Кузминова О.А. Сборник задач по налогам и налогообложению [Электронный ресурс] : задачник / О.А. Кузминова, В.Д. Лукина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Российская таможенная академия, 2016. — 104 с. — 978-5-9590-0910-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69986.htm>
  7. Мавлютов Р.Р. Финансы [Электронный ресурс] : учебник / Р.Р. Мавлютов. — Электрон. текстовые данные. — Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2015. — 268 с. — 978-5-00072-151-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44381.html>
  8. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст]: учебник/ Е. И. Мазилкина.-2-е изд., испр.- Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017 – 333 с.
  9. Соколова, Н.Г. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: практикум / Н.Г. Соколова.—Саратов,2016.—Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54505.html>
  10. Цветова Г.В. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.В. Цветова, Е.П. Макарова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 110 с. — 978-5-4486-0072-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70271.html>
  11. Цветова Г.В. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.В. Цветова, Е.П. Макарова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 110 с. — 978-5-4486-0072-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70271.html>
  12. Деньги и кредит [Текст]:Экономико теоретический научно-практический журнал / Учредитель: Банк России. -М., 2016-2018
  13. Финансы [Текст]: теоретический и научно практический журнал / Учредители: министерство финансов Российской Федерации, ООО «Книжная редакция «Финансы».- М., 2014-2018
- Маркетинг в России и за рубежом [Текст] /Учредитель издательство «Финпресс». - М.: издательство «Финпресс», 2014-2018



### 3 ОЦЕНКА ПО УЧЕБНОЙ И (ИЛИ) ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Целью оценки производственной практики является оценка:

1. Профессиональных и общих компетенций;
2. Практического опыта и умений.
3. Оценка по производственной практике выставляется на основании данных аттестационного листа с указанием видов работ, выполненных обучающимися во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и требованиями организации, в которой проходила практика, либо образовательного учреждения (для учебной практики).

#### 3.1. Перечень видов работ для проверки результатов освоения программы профессионального модуля на практике

Виды работ	Коды проверяемых результатов		
	ПК	ОК	ПО, У
1. Подготовка и оформление финансовых документов	ПК.2.2.	ОК 1, ОК 2, ОК3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК7, ОК8, ОК10, ОК 12, ОК13	ПО.1, ПО.2, У.1, У.2, 3.1, 3.2
2. Расчет основных видов налогов	ПК.2.4.	ОК 1, ОК 2, ОК3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК7, ОК8, ОК10, ОК 12, ОК13	ПО.3, У.3, У.4, 3.3, 3.4, 3.5
3. Расчет и анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации (товарооборот, себестоимость, прибыль и рентабельность)	ПК.2.1. ПК.2.3. ПК.2.4.	ОК 1, ОК 2, ОК3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК7, ОК8, ОК10, ОК 12, ОК13	ПО.4, У.5, У.6, 3.6
4. Анализ платежеспособности торговой организации	ПК.2.3.	ОК 1, ОК 2, ОК3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК7, ОК8, ОК10, ОК 12, ОК13	ПО.4, У.5, 3.6
5. Обслуживание покупателей	ПК 2.8 ПК 2.5	ОК 1, ОК 2, ОК3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК7, ОК8, ОК10, ОК 12, ОК13	ПО 1 У1 31 32
6. Анализ конкурентоспособности ассортимента товаров, реализуемых торговым предприятием	ПК 2.8 ПК 2.7	ОК 1, ОК 2, ОК3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК7, ОК8, ОК10, ОК 12, ОК13	ПО4 У4 36
7. Проведение маркетингового исследования рынка	ПК 2.7	ОК 1, ОК 2, ОК3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК7, ОК8, ОК10, ОК 12, ОК13	ПО3 У3
8. Участие в проведении рекламных акций торгового предприятия	ПК 2.6	ОК 1, ОК 2, ОК3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК7, ОК8, ОК10, ОК 12, ОК13	ПО2 У2

**Форма аттестационного листа по практике  
РЯЗАНСКИЙ СТАНКОСТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ РГРТУ**

**АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ  
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (по профилю специальности)**

*код и наименование профессионального модуля*

*фамилия, имя, отчество*

обучающийся на \_\_\_\_\_ курсе по специальности \_\_\_\_\_

*код и наименование специальности*

прошел (ла) производственную практику по профессиональному модулю \_\_\_\_\_

*наименование профессионального модуля*

в объеме \_\_\_\_\_ часа с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_ 2013 г. по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_ 2013 г.

в организации \_\_\_\_\_

*наименование организации*

**Уровень освоения профессиональных компетенций**

Коды и наименования формируемых ПК	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики	Оценка*

Руководитель практики от организации \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(Ф.,И.,О.)

*(должность)*

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_ 2013 г.

М.П.

организации

**Итоговая оценка по практике\*\*** \_\_\_\_\_

Руководитель практики от образовательной организации \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(Ф.,И.,О.)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_ 2013 г.

\*оценка выполненных работ оформляется: освоена или не освоена руководителем от организации

\*\*итоговая оценка по практике оформляется: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно руководителем от колледжа

## 4 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО

Квалификационный экзамен представляет собой выполнение письменного комплексного практического задания, предназначенного для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности для специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) среднего профессионального образования.

Итогом экзамена является однозначное решение «вид профессиональной деятельности освоен» с выставлением оценки за работу, продемонстрированную на экзамене. Для вынесения положительного заключения об освоении ВПД, необходимо подтверждение формирования всех компетенций, перечисленных в программе ПМ. При отрицательном заключении хотя бы по одной из компетенций принимается решение «вид профессиональной деятельности не освоен», с оценкой – неудовлетворительно.

В состав комплекта входят задания для экзаменуемых, пакет для экзаменатора (эксперта) и ведомость результатов экзамена.

### 4.2 Задание для экзаменуемых

Задание включает:

Коды и наименования проверяемых компетенций	Основные показатели оценки результатов
<b>ПК.2.1.</b> 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.	- анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций
<b>ПК.2.3.</b> Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	- применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа
<b>ПК.2.9.</b> Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.	- применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа
<b>ПК 2.6.</b> Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	- применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа, - обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижения товаров на рынке с

	использованием маркетинговых коммуникаций
<b>ПК 2.7.</b> Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	- проведение маркетинговых исследований рынка, - реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка
<b>ПК 2.8.</b> Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	- обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций, - оценка конкурентоспособности товаров
<b>ОК 3.</b> Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	– Демонстрация способности – принимать решения в стандартных и нестандартных – ситуациях и нести за них ответственность.
<b>ОК 4.</b> Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач	– Нахождение и использование – информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. – Решение нетиповых профессиональных задач с привлечением самостоятельно найденной информации

Задание. Каждому обучающемуся выдается индивидуальное задание (Приложение 1)

Инструкция.

1. Внимательно прочитайте практические ситуации.
2. Проведите анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческой организации по исходным данным;
3. Произведите расчет налогов и финансовых платежей (поступлений) по исходным данным;
4. Решите маркетинговую ситуацию по исходным данным
5. Сдайте листы бумаги с ответами экзаменаторам для проверки. Если Вы использовали дополнительные листы в качестве черновика на первом листе необходимо указать «Черновик. Ф. И. О.»;

Максимальное время выполнения задания – 1 академический час.

#### 4.3 Критерии оценки

<b>Код и наименование компетенции (ПК, ПК+ОК, ОК)</b>	<b>Основные показатели оценки результатов</b>	<b>Оценка (освоил/не освоил)</b>
<b>ПК.2.1.</b> 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.	- анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций	
<b>ПК.2.3.</b> Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	– применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	
<b>ПК 2.6.</b> Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	– применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа, – обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций	
<b>ПК 2.7.</b> Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	– проведение маркетинговых исследований рынка, реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка	
<b>ПК 2.8.</b> Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	– обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций, – оценка конкурентоспособности товаров	
<b>ПК 2.9.</b> Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.	– применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	

<b>ОК 3.</b> Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	– Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	
<b>ОК 4.</b> Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач	– Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. – Решение нетиповых профессиональных задач с привлечением самостоятельно найденной информации	

#### 4.4 Подготовка и защита портфолио

Задание: представьте портфолио

Тип портфолио: смешанного вида

Проверяемые результаты обучения: ПК 2.2, 2.4, 2.5, 2.8, 2.9; ОК 1, 2, 6, 7, 11.

Основные требования

Требования к структуре и оформлению портфолио: комплект документов по производственной практике.

Требования к презентации и защите портфолио: комплект документов по производственной практике рассматривается членами комиссии без участия студентов в период приема отчетов по практике в устной форме.

Показатели оценки портфолио	
Коды и наименования проверяемых компетенций	Основные показатели оценки результатов
<b>ПК 2.2.</b> Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	– анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций
<b>ПК 2.4.</b> Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	– применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа
<b>ПК 2.5.</b> Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	– применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа, – обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых

	коммуникаций
<b>ПК 2.7.</b> Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	– проведение опроса покупателей путем проведения анкетирования
<b>ПК 2.8.</b> Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	– обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций, – оценка конкурентоспособности товаров
<b>ПК 2.9.</b> Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.	– применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	– Демонстрация интереса к будущей профессии.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– Обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области продажи продовольственных товаров; – Демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	– Взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения; – Выполнение обязанностей в соответствии с ролью в группе; – Экспертное наблюдение и оценка на теоретических и практических занятиях, при выполнении учебно-производственных работ; – Участие в планировании и организации групповой работы.
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	– Планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики; – Определение этапов и содержания

	работы по реализации самообразования.
ОК9. Пользоваться иностранным языком как средством делового общения.	– демонстрация способности владения иностранным языком
ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	– верные и полные ответы на поставленные вопросы
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	– выполнение заданий в соответствии с – законодательством, нормативными документами стандартами, техническими условиями

#### 4.5 Пакет для экзаменатора

##### Инструкция

1. Подготовьте листы бумаги для письменного ответа;
2. Ознакомьтесь с заданиями для экзаменуемых;
3. Выдайте экзаменуемым билеты с заданием;
4. Дайте время 5 минут для ознакомления экзаменуемых с содержанием экзаменационного билета;
5. Выдайте экзаменуемым чистые листы;
6. Расскажите экзаменуемым порядок прохождения экзамена (оформление первого листа бумаги для ответа, типы заданий в экзаменационном билете, критерии оценок, порядок проверки письменного ответа студента).
7. Ответьте на вопросы студентов.
8. Проведите письменный экзамен.
9. Изучите комплекты документов по производственной практике экзаменуемых.
10. Проверьте практические задания студентов и поставьте оценку, используя критерии оценивания;
11. Заполните ведомость результатов экзамена (Приложение 2).
12. Объявите результаты экзаменуемым.

Количество билетов для экзаменуемых – 25.

Время выполнения каждого задания и максимальное время на экзамен (квалификационный):

Всего на экзамен – 1 академический час.

Оцениваемые компетенции	Основные показатели оценки результата	Номер и содержание задания
ПК.2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования	- составление финансовых документов и отчетов, - анализ результатов финансово-	№1



коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.	хозяйственной деятельности торговых организаций,	
<b>ПК.2.3.</b> Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	- осуществление денежных расчетов, - применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	№2
<b>ПК 2.6.</b> Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	- применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа, - обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций	№3
<b>ПК 2.7.</b> Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	– Разработка и анализ опросных листов-анкет	№3
<b>ПК 2.8.</b> Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	- обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций, - оценка конкурентоспособности товаров	№3
<b>ПК 2.9.</b> Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.	- составление финансовых документов и отчетов, - применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	№1
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	– Демонстрация способности – принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	№ 1,2,3,4,5
ОК 4. Осуществлять поиск информации, необходимой для	– Нахождение и использование – информации для эффективного	№ 1,2,3,4,5

эффективного выполнения профессиональных задач	выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. – Решение нетиповых профессиональных задач с привлечением самостоятельно найденной информации	
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	– Демонстрация соблюдения правила реализации товаров в соответствии с действующими санитарными нормами и правилами, стандартами и Правилами продажи товаров	№ 1,2,3,4,5

#### Условия выполнения заданий:

Требования охраны труда: требования охраны труда в соответствии с требованиями к организации учебного процесса.

Оборудование – отсутствует.

Литература для экзаменующихся: отсутствует.

Дополнительная литература для экзаменатора: отсутствует.

### Варианты заданий для квалификационного экзамена

#### Вариант № 1

- По данным таблицы рассчитать такие показатели использования основных средств, как: фондоотдача, фондоемкость, рентабельность. Сделать выводы.

Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период	Абсолютная динамика
1. Выручка, тыс. руб.	31230	32150	
2. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	5200	9410	
3. Прибыль от продаж, тыс. руб.	2540	2890	
4. Фондоотдача, руб./руб.			
5. Фондоемкость, руб./руб.			
6. Рентабельность основных средств, %			

- Определить общую сумму платежа по лизингу. Стоимость объекта лизинга 300 тысяч рублей. Срок лизинга 3 года. Норма амортизации объекта лизинга 30 %. Ставка за кредит 12% годовых. Комиссионные лизинговой компании 4 %. Плата за дополнительные услуги 30 тысяч рублей.

3. Одна строка объявления в специализированном рекламном издании стоит 200 руб. Объявление в 5 строк может привлечь 5000 потенциальных клиентов при минимальных повторных публикациях не менее 4 раз в неделю. Участие в ярмарке с затратами на выставочную площадь составляет 24 тыс. и обеспечит привлечение 6 тыс. посетителей в месяц. Выберите наиболее дешевый вариант рекламы.

### **Вариант № 2**

1. По данным таблицы рассчитать такие показатели использования оборотных средств, как: коэффициент оборачиваемости, продолжительность одного оборота (оборачиваемость). Сделать выводы.

Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период	Абсолютная динамика
1. Выручка, тыс. руб.	42300	45450	
2. Среднегодовые остатки оборотных средств, тыс. руб.	7320	8370	
3. Продолжительность отчетного периода, дни.	360	360	
4. Коэффициент оборачиваемости, оборотов			
5. Продолжительность оборота (оборачиваемость), дни			

2. В 2012 году предприятие реализовало 1000 ед. продукции на 45450 тыс. руб. Длительность оборота оборотных средств 2012 году 180 дней. В 2013 году предприятие планирует увеличить объем реализации на 100 единиц. Длительность оборота оборотных средств в 2013 году останется на уровне 2012 года. Определить во сколько раз увеличится потребность предприятия в оборотных средствах в 2013 году по сравнению с 2012 годом. Рассчитать сумму НДС по реализованной продукции.
3. С помощью логического контроля подвергните проверке следующие ответы на вопросы анкеты:
- фамилия, имя, отчество – Петров Олег Александрович;
  - возраст – 45 лет, родился 3.04.1978,
  - образование – среднее;
  - место работы – книжный магазин;
  - занятие по этому месту работы – товаровед;
  - общественная группа – рабочий.

Укажите, какие из ответов не согласуются между собой. Можно ли исправить какие-либо из них?

### **Вариант № 3**

1. По нижеследующим данным, в фонде заработной платы работников рассчитать сумму страховых взносов и среднегодовую заработную плату 1 работника, определить абсолютную и относительную динамику показателей. Сделать вывод о том, как изменились показатели.

Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период	Динамика	
			абсолют.	отн., %
1. Фонд заработной платы работников, тыс. руб.	14520	14950		
2. Среднесписочная численность работников, чел.	58	55		
3. Страховые взносы, тыс. руб.				
4. Среднегодовая зарплата 1 работника, тыс. руб.				

2. Составить баланс денежных поступлений и выплат на 1 квартал. В январе денежные поступления составят 220 тысяч рублей и каждый месяц будут увеличиваться на 10%. Отток денежных средств в январе составит 165 тысяч рублей и каждый месяц будет увеличиваться на 25 %. На 1 января сумма остатка на расчетном счете 15 тысяч рублей. Минимально необходимое сальдо 10 тысяч рублей.
3. Специализированное торговое предприятие, занимающееся продажей одежды, имеет снижающийся оборот. Владелец предприятия провел исследование, которое показало, что, хотя торговое место является очень удобным, сам магазин недостаточно известен. Какие средства могут быть рекомендованы в этом случае для проведения рекламы магазина?

#### **Вариант № 4**

1. По нижеследующим данным о товарообороте организации рассчитать его планируемое и фактическое изменение по сравнению с предыдущим годом (в абсолютном и относительном выражении). Сделать вывод.

Исходные данные:

Показатель	Предыдущий год	Отчетный год		Плановое изменение		Фактическое изменение	
		план	факт	абсолют.	отн., %	абсолют.	отн., %
Товарооборот, тыс. руб.	10550	11470	12000				

2. Определить чистую прибыль предприятия. Рассчитать сумму налога на прибыль. Исходные данные. Предприятие за год реализовало 600 ед. продукции по цене 20 тыс. р. за штуку, полная себестоимость единицы изделия 14 тыс. р. Общая сумма коммерческих расходов за год 150 тыс. р., общехозяйственные расходы составляют 10% от производственной себестоимости. Доход по приобретенным акциям другого предприятия в отчетном году составил 100 тыс. р., присужденные и признанные

должником штрафы - 5 тыс. р., убытки от хищения товарно-материальных ценностей - 12 тыс. р. Проценты, выплачиваемые в отчетном году по краткосрочным кредитам - 50 тыс. р.

3. Вам представлены основные формы стимулирования сбыта. Они имеют свои преимущества и недостатки. Заполните таблицу, указав в графах «преимущества» и «недостатки» 3-5 основных. В графе «пример» лучше приводить пример из практики г. Рязани

Формы стимулирования сбыта пример	Преимущества	Недостатки	Пример
Дегустация			
Распространение купонов			
Премияльная продажа			
Скидка цены			
Конкурсы, игры и лотереи			
Демонстрация товара в пункте продажи, выкладка			
Бонусы			
Бесплатные образцы			
Выставки-продажи			
Сезонные распродажи по сниженным ценам			
Льготная упаковка			
Презентация			

### **Вариант № 5**

1. По нижеприведенным данным о классификации затрат по экономическим элементам определить сумму страховых взносов, полную себестоимость и удельный вес каждого элемента затрат.

Исходные данные:

Элементы затрат	Величина затрат, тыс. руб.	Удельный вес затрат, %
1. Материальные затраты	25980	
2. Затраты на оплату труда	25100	
3. Страховые взносы		
4. Амортизационные отчисления	11458	
5. Прочие затраты	5430	
Итого		

2. В 2011 году на предприятии было изготовлено 500 изделий. Затраты на производство и реализацию изделий составили 900 тыс. р., из них

переменные расходы 450 тыс. р. В 2012 году планируется увеличить объем производства и реализации изделий на 20 %.

- Определить себестоимость изделия в 2011 году.
- Определить плановые затраты на производство и реализацию изделий в 2012 году.

3. В обществе проявляется тенденция к сокращению времени на приготовление пищи. Какие изменения произойдут на рынке потребительских товаров и товаров производственного назначения? Как должны реагировать производители и сбытовые организации на такое изменение потребительского поведения?

### **Вариант № 6**

1. По нижеследующим данным о себестоимости единицы продукции организации рассчитать ее цену и затраты на 1 рубль продукции. Сделать вывод.

Показатели	Отчетный период
Себестоимость, руб.	540
Прибыль, руб. (при уровне рентабельности продукции 30%)	
НДС, руб. (при ставке 18%)	
Цена, руб.	
Затраты на 1 рубль продукции, руб.	

2. Составить отчет о финансовых результатах. Исходные данные. Предприятие за год реализовало 500 ед. продукции по цене 2 тыс. р. за штуку, полная себестоимость единицы изделия 1,2 тыс. р. Общая сумма коммерческих расходов за год 100 тыс. р., управленческие расходы составляют 20% от производственной себестоимости. Доход по приобретенным акциям другого предприятия в отчетном году составил 120 тыс. р., убытки от хищения товарно-материальных ценностей - 15 тыс. р. Проценты, выплачиваемые в отчетном году по краткосрочным кредитам - 50 тыс. р.
3. В обществе проявляется тенденция бодрствования людей в ночное время. Какое влияние на рынок оказывает эта тенденция? Назвать максимальное количество изменений, которые могут произойти на рынках товаров и услуг и должны быть учтены производителем и продавцом.

### **Вариант № 7**

1. По данным формы №2 «Отчет о финансовых результатах» рассчитать указанные в таблице виды прибыли для отчетного периода.

Исходные данные (тыс. руб.):

Показатели	Отчетный период
Выручка	15384

Себестоимость продаж	14224
Валовая прибыль	?
Коммерческие расходы	135
Управленческие расходы	120
Прибыль от продаж	?
Прочие доходы	248
Прочие расходы	110
Прибыль до налогообложения	?
Текущий налог на прибыль	?
Чистая прибыль	?

2. Предприятие в отчетном году реализовало 800 изделий по цене 6 тыс. р. за штуку. Переменные затраты в себестоимости изделия 3,5 тыс. р. Общая сумма постоянных затрат – 700 тыс. р. В плановом году предполагается увеличить объем выпуска до 1000 изделий. Рассчитать выручку и прибыль от реализации в плановом году.
3. Директор сети магазинов бытовой техники, принимает решение о том, стоит ли изменить систему мотивации торгового персонала. Сформулируйте проблему маркетингового исследования. Определите цель, задачи и опишите этапы маркетингового исследования для сформулированной проблемы.

### **Вариант № 8**

1. По данным таблицы рассчитать коэффициенты абсолютной, быстрой и текущей ликвидности. Сделать вывод о том, является ли организация платежеспособной.

Исходные данные:

Показатели	Величина показателя, тыс. руб.
1. Денежные средства	1210
2. Готовая продукция	730
3. Товары отгруженные	620
4. Краткосрочная дебиторская задолженность	60
5. Материалы	950
6. Затраты в незавершенном производстве	120
7. Итого оборотных активов	
8. Краткосрочные обязательства	1700
9. Коэффициент абсолютной ликвидности	
10. Коэффициент быстрой ликвидности	
11. Коэффициент текущей ликвидности	

2. Имеется 4 млн. рублей. Предлагается вложить их в покупку помещения и сдать помещение в долгосрочную аренду с правом выкупа на 50 лет с ежегодной арендной платой в размере 420 тысяч рублей. Следует ли

принять данное предложение, если сберегательный банк начисляет по вкладам 14 % годовых? Рассчитать сумму налога на имущество организации.

3. На рынке города Рязани конкурируют несколько торговых сетей: «Пятёрочка», «Магнит», «Дикси». Схожесть ассортимента, территориальная близость магазинов, ограниченная покупательская способность населения обуславливают остроту конкуренции между ними. Привлечь потребителей каждая сеть старается своими методами: системой ценовых скидок, удобством выкладки товаров в торговых залах, рекламными кампаниями, качеством сервиса. Оцените конкурентоспособность предприятий, применяя различные методы оценки.

### **Вариант № 9**

1. По нижеследующим данным о движении источников формирования имущества организации рассчитать их остатки на конец отчетного года. Определить долю собственных и заемных источников. Сделать выводы.

Исходные данные:

Показатели, тыс. руб.	На начало года	На конец года	Абсолютная динамика
Собственный капитал	9550	11500	
Долгосрочные обязательства	2250	2250	
Краткосрочные обязательства	3780	4800	
Итого			

2. Предприятие предполагает взять в кредит сумму 500 тыс. руб. Определите сумму процента, которую должно выплатить предприятие, если ставка за кредит 12 % годовых, кредит взят на а) полгода, б) год, в) три года; г) пять лет. Рассчитайте по методу как простых процентов.
3. Начинаящий маркетолог составляет анкету для исследования. Правильно ли сформулированы следующие вопросы. Найдите ошибки.
1. Используете ли вы шампунь и бальзам для волос?
    - да
    - нет
  2. Какую марку шампуня вы используете?  
(укажите)\_\_\_\_\_
  3. Считаете ли вы, что отечественные шампуни более полезные для волос, так как только в их состав входят натуральные ингредиенты?
    - да
    - нет
  4. Как часто вы обычно покупаете бальзам для волос?
    - никогда
    - время от времени
    - часто



- регулярно

5. Какова сумма расходов в год на шампунь для волос на одного члена вашей семьи? (укажите) \_\_\_\_\_

### **Вариант № 10**

- По нижеследующим данным о величине источников формирования имущества организации рассчитать такие показатели финансовой устойчивости, как: коэффициент концентрации собственного и заемного капитала и коэффициент финансовой устойчивости и их динамику. Сделать выводы.

Исходные данные:

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Абсолютная динамика
1. Собственный капитал, тыс. руб.	5850	6210	
2. Заемный капитал, тыс. руб.	4210	3420	
3. Всего источников, тыс. руб.			
4. Коэффициент концентрации собственного капитала			
5. Коэффициент концентрации заемного капитала			
6. Коэффициент финансовой устойчивости			

- Имеется 2 млн. руб. Предлагается вложить их в покупку помещения и сдать помещение в долгосрочную аренду с правом выкупа на 50 лет с ежегодной арендной платой в размере 120 тыс. руб. Следует ли принять данное предложение, если сберегательный банк начисляет по вкладам 10,5% годовых? Рассчитать сумму налога на имущество организации.
- Распределите характеристики в соответствии с перечисленными средствами коммуникаций.

Характеристики средств коммуникации	Реклама	Персональные продажи	Формирование спроса и стимулирование сбыта	Связи с общественностью
Неличностное обращение				
Достоверность информации.				
Повествовательная форма изложения информации.				
Высокая средняя стоимость одного контакта с целевой аудиторией.				
Общественный характер.				
Невысокая средняя стоимость одного контакта с целевой аудиторией.				

Односторонняя направленность				
Кратковременный характер эффекта				
Незначительный охват аудитории				
Многообразие средств и приемов.				

### **Вариант № 11**

1. По данным таблицы рассчитать такие показатели использования основных средств, как: фондоотдача, фондоемкость, рентабельность. Сделать выводы.

Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период	Абсолютная динамика
1. Выручка, тыс. руб.	75520	87540	
2. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	25470	22350	
3. Прибыль от продаж, тыс. руб.	24870	28750	
4. Фондоотдача, руб./руб.			
5. Фондоемкость, руб./руб.			
6. Рентабельность основных средств, %			

2. Определить общую сумму платежа по лизингу. Стоимость объекта лизинга 400 тысяч рублей. Срок лизинга 3 года. Норма амортизации объекта лизинга 30 %. Ставка за кредит 10% годовых. Комиссионные лизинговой компании 5 %. Плата за дополнительные услуги 60 тысяч рублей.

3. Правильно ли сформулированы следующие вопросы. Найдите ошибки.

1. Важны ли для вас удобное месторасположение и наличие парковки при выборе магазина?

- да
- нет

2. Почему вы выбрали наш магазин?

- магазин удобно расположен
- доброжелательный персонал
- качественный товар
- посоветовали друзья, родные
- видели рекламу

3. Как давно вы совершаете покупки в нашем магазине?

- давно
- не очень давно
- недавно
- не совершаю покупки

4. Регулярно ли вы покупаете в нашем магазине?

- да
- нет

5. Какую сумму в месяц вы тратите на продукты питания?

- до 5000 руб.
- 5000 – 7 000 руб.
- 7000 – 10 000 руб.

### **Вариант № 12**

1. По данным таблицы рассчитать такие показатели использования оборотных средств, как: коэффициент оборачиваемости, продолжительность одного оборота (оборачиваемость). Сделать выводы.

Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период	Абсолютная динамика
1. Выручка, тыс. руб.	112540	125400	
2. Среднегодовые остатки оборотных средств, тыс. руб.	45870	44580	
3. Продолжительность отчетного периода, дни.	360	360	
4. Коэффициент оборачиваемости, оборотов			
5. Продолжительность оборота (оборачиваемость), дни			

2. В 2012 году предприятие реализовало 500 ед. продукции на 15450 тыс.руб. Длительность оборота оборотных средств 2012 году 90 дней. В 2013 году предприятие планирует увеличить объем реализации на 50 единиц. Длительность оборота оборотных средств в 2013 году останется на уровне 2012 года. Определить во сколько раз увеличится потребность предприятия в оборотных средствах в 2013 году по сравнению с 2012 годом. Рассчитать сумму НДС по реализованной продукции.

3. Дать характеристику товарам в соответствии с трёхуровневой схемой.

Наименование товара	Структура товара		
	Замысел	Реальное исполнение	Подкрепление
1. Консервы			
2. Сапоги			
3. Велосипед			
4. Туалетная вода			
5. Батон нарезной			
6. Сервиз чайный			

### **Вариант № 13**

1. По нижеследующим данным, в фонде заработной платы работников рассчитать сумму страховых взносов и среднегодовую заработную плату 1 работника, определить абсолютную и относительную динамику показателей. Сделать вывод о том, как изменились показатели.

Исходные данные:

Показатели	Базисный период	Отчетный период	Динамика	
			абсолют.	отн., %
1. Фонд заработной платы работников, тыс. руб.	8950	9770		
2. Среднесписочная численность работников, чел.	35	37		
3. Страховые взносы, тыс. руб.				
4. Среднегодовая зарплата 1 работника, тыс. руб.				

2. Составить баланс денежных поступлений и выплат на 1 квартал. В январе денежные поступления составят 320 тысяч рублей и каждый месяц будут увеличиваться на 5%. Отток денежных средств в январе составит 105 тысяч рублей и каждый месяц будет увеличиваться на 15 %. На 1 января сумма остатка на расчетном счете 15 тысяч рублей. Минимально необходимое сальдо 10 тысяч рублей.
3. Рассмотрите приведённые ниже товары и определите, каким потребностям клиентов они отвечают. Разработайте комплексы подкрепления, в соответствии с этими потребностями. Какие показатели реального исполнения определяют конкурентоспособность данных товаров?

Виды товаров:

1. пылесос;
2. MP3-плеер;
3. музыкальный центр;
4. кухонный комбайн;
5. надувной бассейн;
6. эклер;
7. автомобиль «Лада-Калина»;
8. автомобиль BMW.

### **Вариант № 14**

1. По нижеследующим данным о товарообороте организации рассчитать его планируемое и фактическое изменение по сравнению с предыдущим годом (в абсолютном и относительном выражении). Сделать вывод.

Исходные данные:

Показатель	Предыдущий год	Отчетный год		Плановое изменение		Фактическое изменение	
		план	факт	абсолют.	отн., %	абсолют.	отн., %
Товарооборот,	98540	99400	97540				

тыс. руб.							
-----------	--	--	--	--	--	--	--

2. Рассчитать сумму налога на прибыль. Определить чистую прибыль предприятия. Исходные данные. Предприятие за год реализовало 800 ед. продукции по цене 15 тыс. р. за штуку, полная себестоимость единицы изделия 11 тыс. р. Общая сумма коммерческих расходов за год 150 тыс. р., общехозяйственные расходы составляют 10% от производственной себестоимости. Доход по приобретенным акциям другого предприятия в отчетном году составил 200 тыс. р., присужденные и признанные должником штрафы - 3 тыс. р., убытки от хищения товарно-материальных ценностей - 10 тыс. р. Проценты, выплачиваемые в отчетном году по краткосрочным кредитам - 50 тыс. р.
3. Молокозавод выводит на рынок новый кисломолочный продукт, продажа планируется в нескольких районах области. Опишите возможные каналы распределения.

### **Вариант № 15**

1. По нижеприведенным данным о классификации затрат по экономическим элементам определить сумму страховых взносов, полную себестоимость и удельный вес каждого элемента затрат.

Элементы затрат	Величина затрат, тыс. руб.	Удельный вес затрат, %
1. Материальные затраты	55420	
2. Затраты на оплату труда	45120	
3. Страховые взносы		
4. Амортизационные отчисления	14870	
5. Прочие затраты	5500	
Итого		

2. В 2011 году на предприятии было изготовлено 400 изделий. Затраты на производство и реализацию изделий составили 700 тыс. р., из них переменные расходы 350 тыс. р. В 2012 году планируется увеличить объем производства и реализации изделий на 20 %. Определить себестоимость изделия в 2011 году. Определить плановые затраты на производство и реализацию изделий в 2012 году.
3. Выберите известные одготипные торговые розничные предприятия. Составьте бальную оценку их конкурентоспособности. Сделайте вывод, внесите предложения.

# **Ведомость результатов экзамена по профессиональному модулю в части оценки общих и профессиональных компетенций**

Номер учебной группы\_\_\_\_\_ Код и наименование специальности:\_\_\_\_\_

Код и наименование профессионального модуля (вида профессиональной деятельности):

№	Ф.И.О. экзаменуемого	Компетенции								Оценка уровня освоения ВПД	Оценка за квалификационный экзамен
		ПК	ПК	ПК	ПК	ПК	ОК	ОК	ОК		
		1.1	1.3	1.7	1.9	1.10	3	4	12		
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											

11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												
21												
22												
23												
24												
25												
26												

Подписи членов экзаменационной комиссии:

1. \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/
2. \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/
3. \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/

Дата: «\_\_»\_\_\_\_\_20\_\_г.

Всего часов\_\_\_\_\_

Секретарь учебной части\_\_\_\_\_ «\_\_»\_\_\_\_\_20\_\_г.

### **5 КРИТЕРИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОЦЕНКИ ПО КАЖДОМУ ОЦЕНОЧНОМУ СРЕДСТВУ**

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
Практическое задание выполнено в полном объеме	5	отлично
Практическое задание выполнено в полном объеме с несущественными недостатками	4	хорошо
Практическое задание выполнено в полном объеме, или с существенными недостаткам	3	удовлетворительно
Практическое задание не выполнено в полном объеме	2	неудовлетворительно

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ			
ПОДПИСАНО	<b>ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ</b> , Качковский Юрий Валентинович, Заведующий методическим кабинетом	<b>18.10.24</b> 14:34 (MSK)	Простая подпись
	<b>ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ</b> , Савельева Ольга Викторовна, Зам. директора РССК «РГРТУ» по УР	<b>18.10.24</b> 15:46 (MSK)	Простая подпись
УТВЕРЖДЕНО	<b>ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ</b> , Цинарева Тамара Алтыбаевна, Директор РССК «РГРТУ»	<b>18.10.24</b> 15:49 (MSK)	Простая подпись