



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВОСТОЧНО-ЕВРОПЕЙСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Пушкинская ул., д. 268, 426008, г. Ижевск. Тел.: (3412) 77-68-24. E-mail: mveu@mveu.ru, www.mveu.ru
ИНН 1831200089. ОГРН 1201800020641

УТВЕРЖДАЮ:

Директор

_____ **В.В.Новикова**

«__» _____ **2023 г**

Комплект
контрольно-оценочных средств
по профессиональному модулю
ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

для специальности

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Ижевск, 2023

Комплект контрольно-оценочных средств разработан на основе
Федерального государственного образовательного стандарта среднего
профессионального образования по специальности СПО 38.02.04 Коммерция
(по отраслям).

Организация разработчик:

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная
организация "Международный Восточно-Европейский колледж"

Комплект контрольно-оценочных средств рассмотрен на заседании ПЦК

Протокол № 1 «28» 08 2023 г.

Председатель ПЦК  И. В. КОМИСАРОВА

Согласовано:

Организация – партнер:

Руководитель  / 
29 08 2023 г.



Содержание

Содержание.....	3
I. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств.....	4
1.1. Результаты освоения программы профессионального модуля, подлежащие проверке	4
1.1.1. Вид профессиональной деятельности	4
1.1.2. Профессиональные и общие компетенции	4
1.1.3. Дидактические единицы «иметь практический опыт», «уметь» и «знать».....	7
1.2. Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю	8
II. Оценка освоения профессионального модуля.....	8
2. Комплект оценочных средств для проведения текущего контроля по междисциплинарным курсам	8
2.1. Задания для проведения текущего контроля	8
2.2. Задания для проведения промежуточной аттестации	37
3. Виды работ практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю	65
3.1. Учебная практика:.....	65
3.2. Производственная практика:	66
4.Оценка результатов освоения профессионального модуля на экзамене (квалификационном).....	66

I. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств

1.1. Результаты освоения программы профессионального модуля, подлежащие проверке

1.1.1. Вид профессиональной деятельности

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1.2. Профессиональные и общие компетенции

В результате освоения программы профессионального модуля у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции.

Таблица 1. Показатели оценки сформированности ПК

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
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	Использует данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводит учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей). Проводит инвентаризацию товаров.
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	Уметь оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	Уметь составлять финансовые документы и отчеты; Осуществлять денежные расчеты.
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	Уметь пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения; Уметь рассчитывать основные налоги.
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	Знает и умеет применять на практике способы формирования спроса и стимулирования сбыта.
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	Применяет маркетинговые коммуникации, обосновывая целесообразность их использования.
ПК 2.7. Участвовать в проведении	Проводит маркетинговые исследования рынка.

маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	Самостоятельно разрабатывает и участвует в реализации маркетинговых решений.
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	Умеет оценить конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации. Знает и умеет организовать сбыт.
ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты	Уметь анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; Уметь применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа

Таблица 2. Показатели оценки сформированности ОК, (в т.ч. частичной)

Общие компетенции (возможна частичная сформированность)	
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	– ориентация в специфических вопросах, связанных торговыми предприятиями; – демонстрация интереса к будущей специальности; – демонстрация исполнительности и ответственности к порученному делу; – результативность участия в профессионально-значимых мероприятиях (олимпиадах, конкурсах, конференциях, проектах); – результативность участия в исследовательской работе – трудоустройство по полученной специальности
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	– планирование деятельности по решению задания в рамках заданных технологий; – выбор и обоснование цели, технологии, ресурсов, метода и способов решения профессиональных задач в соответствии с предъявляемыми требованиями
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой гра-	– осуществление текущего контроля своей деятельности по заданному алгоритму; – самоанализ на основании достигнутых результатов; – аргументированность действий при принятии решения; – обоснованность принятия решения в нестандартных ситуациях, возникающих в

мότητας в различных жизненных ситуациях;	торговых предприятиях на основании действующего законодательства
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	– участие в групповом обсуждении; – ответы на вопросы по заданной теме, используя аргументацию, оценочные средства; – сравнительная оценка идей, высказанных участниками группы по заданному вопросу, теме; – демонстрация коммуникативных способностей в ходе обучения на практике; – владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе; – соблюдение принципов профессиональной этики и корректное общение в ходе обучения и прохождения практики с преподавателями, коллегами, руководством, потребителями
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	– результативный поиск необходимой информации и ее использование для отбора оптимальных методов решения профессиональных задач; – использование различных источников, включая электронные – самостоятельный поиск источника информации по заданному вопросу, с поисковыми системами интернет.
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	– называет трудности, с которыми столкнулся при выполнении задания, предлагает пути их преодоления в дальнейшей деятельности; – указывает «точки успеха» и «точки роста», причины успехов и неудач в деятельности; – анализ (формулировка) запроса на внутренние ресурсы (знания, умения, навыки, способы деятельности, ценности) для решения профессиональных задач; – анализ собственных мотивов и внешней ситуации при принятии решений, касающихся своего продвижения; – участие в работе лабораторий и кружка, конкурсах и олимпиадах профессиональной направленности
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	– адекватно принимать решения в ситуациях, возникающих в торговых предприятиях на основании действующего законодательства. – соблюдать студенту в процессе обучения действующего законодательства РФ и УР, локальных актов учебного заведения.
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;	– результативный поиск необходимой информации и ее использование для отбора оптимальных методов решения профессиональных задач; – использование различных источников, включая

	электронные – самостоятельный поиск источника информации по заданному вопросу, с поисковыми системами интернет.
--	---

1.1.3. Дидактические единицы «иметь практический опыт», «уметь» и «знать»

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- ПО1 оформления финансовых документов и отчетов;
- ПО2 проведения денежных расчетов;
- ПО3 расчета основных налогов,
- ПО4 анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
- ПО5 выявления потребностей (спроса) на товары;
- ПО6 реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- ПО7 участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- ПО8 анализа маркетинговой среды организации.

уметь:

- У1 составлять финансовые документы и отчеты;
- У2 осуществлять денежные расчеты;
- У3 пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- У4 рассчитывать основные налоги;
- У5 анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- У6 применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- У7 выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- У8 обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- У9 проводить маркетинговые исследования рынка;
- У10 оценивать конкурентоспособность товаров

знать:

- З1 сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- З2 финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование, методы финансового контроля;
- З3 основные положения налогового законодательства;
- З4 функции и классификацию налогов;

- 35 организацию налоговой службы;
- 36 методику расчета основных видов налогов
- 37 методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды;
- 38 информационное обеспечение, организацию аналитической работы;
- 39 анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
- 310 составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- 311 методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- 312 конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- 313 этапы маркетинговых исследований, их результат;
- 314 управление маркетингом.

1.2. Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Обязательной формой аттестации по итогам освоения программы профессионального модуля является экзамен (квалификационный). Результатом этого экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен / не освоен».

Таблица 3. Запланированные формы промежуточной аттестации

Элементы модуля, профессиональный модуль	Формы промежуточной аттестации
МДК 02.01	<i>ДЗ</i>
МДК 02.02	<i>ДЗ</i>
МДК 02.03	<i>Э</i>
УП	<i>ДЗ</i>
ПП	<i>ДЗ</i>
ПМ	<i>Экзамен (квалификационный)</i>

II. Оценка освоения профессионального модуля

2. Комплект оценочных средств для проведения текущего контроля по междисциплинарным курсам

2.1. Задания для проведения текущего контроля

2.1.1. Задания для проведения текущего контроля МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение.

Методы контроля:

Тестирование

Текст задания:

1. Отрицательный финансовый результат деятельности предприятий, функционирующих на началах коммерческого расчета - это:

- а) убыток;
- б) невысокая выручка;
- в) низкая рентабельность;
- г) отсутствие прибыли;
- д) наличие рентабельности

2. Главная цель коммерческих предприятий:

- а) обеспечение условий расширенного воспроизводства;
- б) получение максимальной прибыли;
- в) увеличение количества рабочих мест;
- г) социальное обеспечение;
- д) удовлетворение общественных потребностей

3. Источники финансирования некоммерческих организаций являются:

- а) средства государственного бюджета, членские взносы, спонсорская помощь;
- б) средства государственного бюджета, заемные средства;
- в) заемные средства, собственные средства;
- г) средства, мобилизуемые на финансовом рынке;
- д) инвестированные средства, средства от предпринимательской деятельности

4. К основным функциям финансов относятся:

- а) распределительная, стимулирующая;
- б) контрольная, стабилизированная;
- в) сберегательная, рисковая;
- г) распределительная, предупредительная;
- д) распределительная, контрольная, регулирующая.

5. Основной финансовый план государства - это:

- а) бизнес-план;
- б) стратегический план;
- в) государственные финансы;
- г) государственный бюджет.

6. Финансовый контроль - это:

- а) совокупность действий и норм, предназначенных для осуществления надзора над закономерностью и целесообразностью финансовых операций государства и исполнения государственного бюджета, а также по проверке

финансовых и хозяйственных вопросов деятельности субъектов предпринимательства и управления с применением специфических форм и методов его организации;

б) исследование возможного состояния финансов в будущем, проводимое в целях научного обоснования показателей соответствующих финансовых планов;

в) научно-обоснованная деятельность субъекта по планомерному управлению процессами формирования, распределения и использования финансовых ресурсов;

г) комплекс мероприятий, разработанных на основе оперативного анализа складывающейся финансовой ситуации;

д) совокупность экономических и математических методов, электронно-вычислительной техники, различных видов оргтехники и современных средств связи.

7. Налоговая проверка - это:

а) проверка, охватывающая отдельные стороны деятельности предприятий;

б) оценка результатов финансовой деятельности;

в) проверка, осуществляемая органами государственной власти и управления;

г) проверка, проводимая органами налоговой службы, исполнения налогового законодательства;

д) проверка финансово-хозяйственной деятельности предприятий.

8. Механизм управления финансами включает:

а) мониторинг;

б) контроль за финансовой деятельностью;

в) правовое регулирование финансовой системы;

г) все ответы верны;

д) законодательство

9. По степени проявления инфляция бывает:

а) галопирующая, ползучая, гиперинфляция;

б) административная, инфляция издержек;

в) инфляция спроса, инфляция предложения;

г) импортируемая инфляция, кредитная инфляция;

д) непредвидимая инфляция, открытая инфляция, подавленная инфляция.

10. Рост денежной массы и неоправданные расширения денежного спроса - это:

а) инфляция издержек;

б) инфляция спроса;

в) импортируемая инфляция;

г) инфляция предложения;

д) административная инфляция.

11. Финансовый рынок включает:

- а) рынок краткосрочных капиталов;
- б) рынок среднесрочных капиталов;
- в) рынок долгосрочных капиталов;
- г) рынок ценных бумаг;
- д) все ответы верны.

12. Страхование, обязательно связанное с трудовой деятельностью:

- а) социальное страхование;
- б) имущественное страхование;
- в) личное страхование;
- г) страхование ответственности;
- д) страхование предпринимательских рисков.

13. Сумма денег, выделяемая из вышестоящего бюджета нижестоящему на безвозмездной основе на конкретный срок и на конкретные цели - это:

- а) трансферты;
- б) дотация;
- в) субсидия;
- г) субвенция;
- д) субституты

14. По методам мобилизации доходы классифицируются на:

- а) доходы государственных предприятий и налоговые платежи населения;
- б) налоговые поступления коллективных организаций и налоговые поступления общественных организаций;
- в) доходы, формируемые в сфере материального производства и доходы, образующиеся в непроизводственной сфере;
- г) налоговые и неналоговые;
- д) централизованные и децентрализованные

15. Государственные доходы - это:

- а) система экономических отношений, в процессе которых образуется совокупность государства для создания материальной базы его функционирования;
- б) часть национального дохода, которая аккумулируется государством для осуществления своих функций и задач;
- в) совокупность видов налогов, взимаемых в государстве;
- г) построение и функционирование налогового механизма;
- д) поступления от внеэкономической деятельности

16. Государственные доходы состоят из:

- а) налоговых поступлений, доходов государственных учреждений;
- б) налоговых поступлений, неналоговых поступлений, доходов государственных предприятий;
- в) налоговых и неналоговых поступлений, доходов предприятий различных форм собственности;
- г) налоговых и таможенных поступлений, доходов домохозяйств;
- д) поступлений от внешнеэкономической деятельности;

17. Государственные займы - это:

- а) фиксированная сумма, утвержденная в составе республиканского бюджета;
- б) кредитные отношения, в которых государство выступает главным образом в качестве должника;
- в) денежные отношения, удостоверяющие имущественное право;
- г) продажа ценных бумаг;
- д) экономические отношения, связанные с движением денежного капитала.

18 . Международный кредит - это:

- а) совокупность кредитных отношений, в которых одной из сторон является государство, а кредиторами или заемщиками - юридические или физические лица;
- б) кредитные отношения, в которых участвуют банковские учреждения, юридические (физические) лица разных государств;
- в) займы, предоставляемые государствами, банками, а также другими юридическими и физическими лицами одних стран, государством, банком и иным юридическим или физическим лицом других стран;
- г) экономические отношения, связанные с возмещением ущерба в процессе общественного производства;
- д) денежный документ, удостоверяющий отношения займа, независимо от места расположения.

19. Что понимается под денежными средствами, имеющихся в распоряжении у государства, предприятия, отдельного гражданина, которые направляются на развитие производства, а также на содержание и развитие объектов непроеизводственной сферы, потребление, а также могут оставаться в резерве

- а) кредиты
- б) золото
- в) ценные бумаги
- г) финансовые ресурсы
- д) цены и тарифы

20. Общественное назначение сферы государственных финансов заключается в следующем:

- а) обеспечении отдельных граждан финансами
- б) обеспечении государства финансовыми ресурсами
- в) развитие малого и среднего предпринимательства
- г) правильное использование денежных средств
- д) на принципе денежного документа

21. Объекты управления финансами - это:

- а) разнообразные виды финансовых отношений;
- б) организационные структуры, которые осуществляют управление;
- в) финансовый аппарат;
- г) стимулирующая функция;
- д) регулирующая функция

22. Количество денег в обращении возрастает, если:

- а) увеличивается денежная база;
- б) растет норма обязательных резервов;
- в) увеличиваются избыточные резервы коммерческих банков.

23. Денежно-кредитная политика проводится:

- а) правительством страны;
- б) всеми финансово-кредитными учреждениями страны;
- в) Центральным банком страны;
- г) министерством финансов.

24. Центральный банк не занимается

- а) изменением нормы банковского резерва;
- б) выдачей кредитов на проведение научных исследований;
- в) установлением учетной ставки (ставки рефинансирования);
- г) регулированием количества денег в обращении.

25. Что такое дефицит бюджета:

- А) превышение доходов над расходами
- Б) разница между доходами и инвестициями
- В) превышение расходов над доходами
- Г) разница между национальным доходом и зарплатой трудящихся
- Д) разница между ВВП и национальным доходом

Критерии оценки:

- «Отлично» - 100-91 % (91 – 100) правильных ответов,
- «Хорошо» - 90-81 % (81 – 90) правильных ответов,
- «Удовлетворительно» – 80-71 % (71 – 80) правильных ответов,
- «Неудовлетворительно» - 70-0 % (0 – 70) правильных ответов.

Эталон ответа:

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Правильный ответ	а	б	а	д	г	а	г	г	а	б

№ вопроса	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Правильный ответ	д	а	г	д	а	б	б	в	г	а

№ вопроса	21	22	23	24	25					
Правильный ответ	а	а	в	б	в					

Задания для проверки практических умений

Задание 1. Вставьте нужное слово, словосочетание или дополните предложение...

1. «...» - экономический инструмент распределения и использования валового общественного продукта и национального дохода на основе расширенного воспроизводства.
2. «...» - предписания на совершение каких-либо финансовых действий и мероприятий.
3. По стоимости весь общественный продукт делится на три части. Какие? «...», «...», «...».
4. «...» - это всегда отношения, связанные с мобилизацией и расходованием денежных ресурсов.
5. «...» - правило поведения в финансовых отношениях.
6. Объектом действия распределительной функции финансов выступает стоимость «...» и «...».
7. «...» денежные отношения между участниками договора по созданию за счет взносов целевого денежного фонда для возмещения возможного ущерба.
8. «...» - единые типовые измерители сметных расходов на единицу потребителя.
9. «...» - совокупность форм организации финансовых отношений.
10. «...» - способы воздействия финансов на процессы хозяйствования.
11. «...» - экономический инструмент денежного выражения стоимости продукта.
12. Содержание финансов как экономической категории заключается в обязательной «...» форме выражения.
13. «...» - важное средство обеспечения законности финансовой и хозяйственной деятельности.
14. Основные (первичные) доходы образуются при распределении национального дохода среди участников материального производства и делятся на две группы. Какие? «...» и «...».
15. Через «...» функцию финансов государство вмешивается в процесс воспроизводства.
16. По своему материальному содержанию финансы – это «...».
17. «...» - разнообразные виды финансовых отношений.
18. «...» - организационные структуры осуществляющие управление финансами.
19. «...» - заранее определенная возможность маневрирования экономическими процессами.
20. «...» - система взаимосвязанных заданий, определяющих порядок, сроки и последовательность осуществления действий.
21. «...» - вероятностное суждение о состоянии какого-либо явления в будущем.

22. «...» метод финансового планирования предусматривает согласованность расходов с источниками их покрытия.
23. Тесная взаимосвязь и взаимозависимость финансового планирования с экономическими и социальными процессами находит выражение в принципе «...».
24. Процесс перевода общих многолетних программ на язык годовых и квартальных цифр называется «...».
25. Системно-вариационный метод финансового планирования строится на принципе «...».

Задание 2. Пожалуйста, подберите к каждому термину (категории) в левой колонке соответствующее определение в правой колонке...

1. Финансово-правовая норма	А. Содержит запрет на совершение определенных действий, устанавливает обязанность участников финансовых отношений воздержаться от них
2. Обязывающие финансово-правовые нормы	Б. Предписывает совершение определенных действий по формированию, распределению или использованию государственных и муниципальных финансовых ресурсов
3. Гипотеза	В. Требуе от участников финансовых отношений совершить определенные действия
4. Процессуальные (процедурные) финансово-правовые нормы	Г. Определяет виды и меру юридической, в данном случае — финансово-правовой ответственности нарушителей финансово-правовых норм
5. Диспозиция	Д. Установленное государством и обеспеченное мерами государственного принуждения строго определенное правило поведения в общественных финансовых отношениях
6. Запрещающие финансово-правовые нормы	Е. Содержит ряд четко сформулированных условий, при наличии которых требуется или предоставляется право совершить определенные действия в сфере финансовой деятельности
7. Прогноз	Ж. Устанавливает права участников финансовых отношений на совершение определенных самостоятельных действий в предусмотренных рамках
8. План	З. Вероятностное суждение о состоянии какого-либо явления в будущем на основе специального научного исследования
9. Уполномочивающие финансово-правовые нормы	И. Система взаимосвязанных, направленных на достижение единой цели заданий, определяющих порядок, сроки и последовательность осуществления действий или мероприятий
10. Санкция	Л. Устанавливает порядок деятельности в области формирования, распределения и использования государственных и муниципальных денежных фондов (доходов)

Задание 3. Заполните таблицу и сделайте соответствующие выводы.

Показатель	Единица измерения	Год			
		2014 (отчет)	2015 (отчет)	2016 (план)	2017 (прогноз)
1. ВВП в текущих ценах.	млрд. руб.				

2. Доходы бюджета расширенного правительства РФ	млрд. руб.				
	в % к ВВП				
3. Расходы бюджета расширенного правительства РФ	млрд. руб.				
	в % к ВВП				
4. Дефицит (-), профицит (+) бюджета расширенного правительства РФ	млрд. руб.				
	в % к ВВП				
5. Доходы консолидированного бюджета РФ	млрд. руб.				
	в % к ВВП				
6. Налоговые доходы консолидированного бюджета РФ	млрд. руб.				
	в % к ВВП				
7. Расходы консолидированного бюджета РФ	млрд. руб.				
	в % к ВВП				
8. Дефицит (-), профицит (+) консолидированного бюджета РФ	млрд. руб.				
	в % к ВВП				
9. Доходы федерального бюджета	млрд. руб.				
	в % к ВВП				
10. Расходы федерального бюджета	млрд. руб.				
	в % к ВВП				
11. Дефицит (-), профицит (+) федерального бюджета	млрд. руб.				
	в % к ВВП				
12. Доходы бюджетов государственных внебюджетных фондов РФ	млрд. руб.				
	в % к ВВП				
13. Расходы бюджетов государственных внебюджетных фондов РФ	млрд. руб.				
	в % к ВВП				
14. Дефицит (-), профицит (+) бюджетов государственных внебюджетных фондов РФ	млрд. руб.				
	в % к ВВП				

Задача 4. Определите состав и структуру доходов федерального бюджета по данным таблицы.

Таблица – Состав и структура доходов федерального бюджета, млрд. руб.

Показатель	2014 год		2015 год		2016 год		2017 год	
	Отчет	В % к ВВП	Отчет	В % к ВВП	План	В % к ВВП	Прогноз	В % к ВВП
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Доходы, всего								
в том числе:								
Нефтегазовые доходы								
в том числе:								
НДПИ								
Таможенные пошлины								

Ненефтегазовые до- ходы								
в том числе:								
Налог на прибыль организаций								
НДС								
Акцизы								
НДПИ (без нефтега- зовых доходов)								
Таможенные пошли- ны (без нефтегазовых доходов)								
Дивиденды по акци- ям, принадлежащим Российской Федера- ции								
Прочие ненефтегазо- вые доходы								

Задание 5. Какие из ниже перечисленных расходов следует отнести к текущим, а какие - к капитальным:

- А) реализация инвестиционных программ конверсии оборонной промышленности;
- Б) заработная плата медицинского персонала учреждений Министерства здравоохранения и социального развития РФ;
- В) финансовая поддержка экологического образования и воспитания;
- Г) реконструкция и капитальный ремонт гидротехнических сооружений, находящихся в федеральной собственности;
- Д) приобретение спецтехники органами МВД РФ;
- Е) финансирование высокоэффективных инвестиционных проектов;
- Ж) денежное довольствие военнослужащих.

Задание 6. Определите состав и структуру расходов федерального бюджета по данным таблицы.

Таблица - Структура и динамика расходов федерального бюджета по разделам классификации расходов

Показатель	2014 год		2015 год			2016 год		
	Отчет, млрд. руб.	Уд. вес, %	От- чет, млрд. руб.	В % к преды- дущему году	В % к общему объему	План, млрд. руб.	В % к преды- дущему году	В % к общему объему
Всего		100			100			100
в том числе:								
Общегосударственные вопросы								

Национальная оборона								
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность								
Национальная экономика								
Жилищно-коммунальное хозяйство								
Охрана окружающей среды								
Образование								
Культура, кинематография								
Здравоохранение								
Социальная политика								
Физическая культура и спорт								
Средства массовой информации								
Обслуживание государственного и муниципального долга								
Межбюджетные трансферты общего характера бюджетам субъектов Российской Федерации и муниципальных образований								

Задание 7. Укажите, какие действия относятся к правам и обязанностям налоговых органов.

Таблица - Права и обязанности налоговых органов

Действия	Права налоговых органов	Обязанности налоговых органов
1	2	3
Проводить налоговые проверки		
Осматривать любые используемые налогоплательщиком для извлечения дохода производственные помещения		
Вести в установленном порядке учет организаций и физических лиц		
Бесплатно информировать налогоплательщика о действующих налогах и сборах		
Привлекать для проведения налогового контроля специалистов, экспертов		

Руководствоваться письменными разъяснениями Министерства финансов Российской Федерации по вопросам применения законодательства Российской Федерации о налогах и сборах		
Заявлять ходатайства об аннулировании действия выданных юридическим лицам лицензий на право осуществления определенных видов деятельности;		
Принимать решения о возврате налогоплательщику сумм излишне уплаченных налогов		
Требовать от налогоплательщиков устранения выявленных нарушений законодательства о налогах и сборах		
Направлять налогоплательщику копии акта налоговой проверки и решения налогового органа		
Вызывать в качестве свидетелей лиц, которым могут быть известны какие-либо обстоятельства, имеющие значение для проведения налогового контроля		
Налагать арест на имущество налогоплательщика		
Совершать исполнительные действия по взысканию налога за счет имущества налогоплательщика		
Соблюдать законодательство о налогах и сборах		
Вызывать на основании письменного уведомления в налоговые органы налогоплательщиков для дачи пояснений в связи с уплатой ими налогов		
Приостанавливать действие выданных организациям лицензий		

2.1.2.Задания для проведения текущего контроля МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Тестирование:

- Объектом анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия является:
 - предприятия,
 - организации,
 - фирмы,
 - все выше перечисленное.
- Предметом анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия является:
 - производственная деятельность предприятия,
 - финансовая деятельность предприятия,
 - инвестиционная деятельность предприятия,
 - все выше перечисленное.
- Какие средства из внешних источников
 - 2
 - разница между выручкой от реализации продукции и отчислениями в фонды и резервы предприятия,
 - разница между выручкой и совокупными затратами на производство и реализацию продукции,
 - разница между выручкой от реализации продукции и суммой внереализационных расходов.
- Рентабельность продукции – это:

1. – отношение чистой прибыли к полной себестоимости реализованной продукции,
 2. – отношение прибыли от производства и реализации продукции к текущим затратам на производство,
 3. – отношение выручки от реализации продукции к прибыли от реализации продукции,
 4. – отношение прибыли от производства и реализации продукции к полной себестоимости реализованной продукции.
8. К основным фондам относятся:
1. – готовая продукция,
 2. – незавершенное производство,
 3. – теплосеть,
 4. – ноу-хау.
9. К активным основным производственным фондам относятся:
1. – мосты,
 2. – транспортные средства,
 3. – патенты,
 4. – сырье.
10. Фондоотдача – это показатель, являющийся обратным по отношению к показателю:
1. – фондовооруженности,
 2. – фондоемкости,
 3. – выбытия основных фондов,
 4. – загруженности основных фондов.
11. К показателю, характеризующему качественное состояние основных производственных фондов, относится:
1. – коэффициент износа,
 2. – коэффициент ликвидности,
 3. – коэффициент автономии,
 4. – коэффициент маневренности.
- 3
12. Эффективность использования основных фондов определяется показателем:
1. – фондоемкости,
 2. – коэффициента обновления,
 3. – фондовооруженности,
 4. – фондоотдачи.
13. Назначение амортизационного фонда:
1. – учет функциональных возможностей основных фондов и нематериальных активов,
 2. – обеспечение воспроизводства основных фондов и нематериальных активов,
 3. – отражение затрат на приобретение внеоборотных и оборотных активов,
 4. – обеспечение производство сырьем и материалами.
14. Разница между первоначальной стоимостью основного средства и суммой начисленного износа – это:
1. – покупная стоимость основного средства,
 2. – остаточная стоимость основного средства,
 3. – восстановительная стоимость основного средства,
 4. – сумма начисленной амортизации.
15. В состав основных средств входят?

1. – основные производственные и непроизводственные фонды,
 2. – оборотные производственные фонды,
 3. – фонды обращения,
 4. – фонды накопления.
16. Капитальные вложения – это:
1. – финансирование воспроизводства основных фондов и нематериальных активов предприятия,
 2. – вложения денежных средств в активы, приносящие максимальный доход,
 3. – долгосрочные вложения денежных средств в финансовые инвестиции,
 4. – долгосрочные финансовые вложения в уставные капиталы других предприятий.
- 4
17. Полная себестоимость определяется как:
1. – затраты на сырье, материалы, зарплату работникам,
 2. – затраты предприятия на производство и реализацию продукции,
 3. – затраты на финансирование инвестиционных проектов,
 4. – затраты на приобретение ценных бумаг.
18. Совокупность денежных средств, авансированных в создание и использование оборотных производственных фондов и фондов обращения – это:
1. – инвестиции,
 2. – оборотный капитал,
 3. – основные средства,
 4. – капитальные вложения.
19. Какие активы относятся к оборотным производственным фондам:
1. – здания и сооружения,
 2. – денежные средства в кассе,
 3. – сырье и материалы,
 4. – кредиторская задолженность.
20. Норма оборотных средств – это:
1. – стоимость сырья и материалов, используемых в производственном процессе,
 2. – относительная величина (в днях или процентах), соответствующая минимальному экономически обоснованному объему запасов товарно-материальных ценностей,
 3. – однодневный расход оборотных средств,
 4. – лимит денежных средств в кассе.
21. Материалоемкость продукции:
1. – отражает величину материальных затрат, приходящуюся на 1 руб. выпущенной продукции,
 2. – характеризует объем выпуска продукции с каждого рубля потребленных материальных ресурсов,
 3. – отражает структуру материальных ресурсов,
 4. – показывает уровень эффективности использования материалов.
22. Эффективность использования оборотных средств характеризуется:
1. – выручкой от реализации продукции,
 2. – остатком денежных средств на расчетном счете,
 3. – чистой прибылью предприятия,
 4. – оборачиваемостью оборотных активов.

23. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов рассчитывается как отношение:
1. – выручка от продаж за год / среднегодовая стоимость оборотных активов,
 2. – среднегодовая стоимость оборотных активов / выручка от продаж за год,
 3. – прибыль от продаж за год / среднегодовая стоимость оборотных активов,
 4. – среднегодовая стоимость оборотных активов / прибыль от продаж за год.
24. Замедление оборачиваемости оборотных активов приведет к:
1. – росту остатков оборотных активов в балансе,
 2. – уменьшению остатков оборотных активов в балансе,
 3. – уменьшению валюты баланса,
 4. – увеличению чистой прибыли.
25. Оборачиваемость дебиторской задолженности определяется как отношение:
1. – выручки от реализации продукции к дебиторской задолженности,
 2. – краткосрочной дебиторской задолженности к долгосрочной дебиторской задолженности,
 3. – длительности анализируемого периода к дебиторской задолженности,
 4. – оборотных активов к дебиторской задолженности.
26. Как определяется продолжительность погашения дебиторской задолженности за год:
1. – выручка от реализации / среднегодовые остатки дебиторской задолженности,
 2. – среднегодовые остатки / выручка от реализации продукции,
 3. – 360 дней / коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности,
 4. – среднегодовые остатки дебиторской задолженности / 360 дней.
27. Ликвидность предприятия представляет собой;
1. – способность фирмы платить по своим обязательствам,
 2. – возможность предприятия организовать эффективную деятельность,
 3. – способность предприятия трансформировать различные активы в денежные средства,
 - 6
 4. – способность предприятия заниматься инвестиционной деятельностью.
28. Выберите, по какой формуле из предложенных определяется коэффициент текущей ликвидности предприятия:
1. – отношение актива к пассиву баланса,
 2. – отношение оборотных средств к объему краткосрочных обязательств,
 3. – отношение краткосрочных обязательств к объему оборотных средств,
 4. – отношение оборотных средств к пассиву баланса.
28. Какие привлеченные средства являются для предприятия самыми дешевыми:
1. – дебиторская задолженность,
 2. – ссуда банка,

- 3. – кредиторская задолженность,
 - 4. – облигационный заем.
29. Платежеспособность предприятия представляет собой:
- 1. – снижение дебиторской задолженности,
 - 2. – увеличение кредиторской задолженности,
 - 3. – способность предприятия платить по своим обязательствам,
 - 4. – банкротство предприятия.
30. Какие элементы затрат относятся к постоянным расходам:
- 1. – сдельная заработная плата,
 - 2. – затраты на сырье,
 - 3. – амортизация,
 - 4. – ЕСН на сдельную заработную плату.
31. К накладным расходам не относятся:
- 1. – общехозяйственные расходы,
 - 2. – общепроизводственные расходы,
 - 3. – зарплата производственных рабочих,
 - 4. – расходы по производственному управлению.
32. Показатель, характеризующий объем реализованной
- 7
- 3. – производственный рычаг,
 - 4. – порог рентабельности.
33. Маржинальный доход предприятия определяется как :
- 1. – разность между выручкой от реализации продукции и суммой постоянных затрат,
 - 2. – разность между выручкой и суммой переменных затрат,
 - 3. – разность между суммой прибыли от реализации продукции и суммой переменных затрат,
 - 4. – разность между суммой прибыли от реализации продукции и суммой постоянных затрат.
34. Определите величину маржинального дохода на основании следующих данных: выручка от реализации продукции – 1000 тыс. руб., постоянные затраты – 200 тыс. руб., переменные затраты – 400 тыс. руб.
- 1. – 600 тыс. руб.,
 - 2. – 800 тыс.руб.,
 - 3. – 400 тыс.руб.,
 - 4. – нет правильного ответа.
35. Порог рентабельности продукции (точка критического объема продукции) определяется отношением:
- 1. – постоянных затрат к переменным,
 - 2. – постоянных затрат к маржинальному доходу на единицу продукции,
 - 3. – постоянных затрат к выручке от реализации продукции,
 - 4. – переменных затрат к выручке от реализации продукции.
36. Определите порог рентабельности, если выручка от продажи продукции составила – 2000 тыс. руб., постоянные затраты составили – 400 тыс. руб., переменные затраты – 1500 тыс. руб., цена единицы продукции – 1 тыс.руб.:
- 1. – 100,
 - 2. – 400,
 - 3. – 1600,
 - 4. – 2000.
37. Эффективность использования трудовых ресурсов является показатель:
- 1. – фонд заработной платы,

2. – трудоемкость,
3. – производительность труда,
4. – фонд рабочего времени.

8

38. Снижение трудоемкости продукции:

1. – повышает производительность труда,
2. – уменьшает выработку рабочего,
3. – снижает производительность труда,
4. – повышает себестоимость продукции.

39. Для расчета баланса рабочего времени рассчитываются следующие показатели:

1. – коэффициент использования фонда рабочего времени,
2. – доля внутрисменных потерь в фонде рабочего времени,
3. – установленная продолжительность рабочего дня,
4. – все выше перечисленное.

40. К социально-экономическим факторам, воздействующим на рост производительности труда не относятся:

1. – повышение деловой квалификации кадров,
2. – повышение культурно-технического уровня работников,
3. – предоставление очередного отпуска,
4. – творческое отношение к труду.

41. Каково нормативное значение коэффициента абсолютной ликвидности:

1. – $K \geq 0.5$,
2. – $K \geq 0.1$,
3. – $K \geq 0.2$,
4. – $K \geq 0.3$.

42. Предприятие имеет внеоборотные активы на сумму 6000 тыс. руб., долгосрочные обязательства – 3000 тыс.руб., оборотные активы – 8000 тыс.руб., краткосрочные обязательства – 4000 тыс.руб., собственный капитал – 7000 тыс.руб. Собственный оборотный капитал составит:

1. – 2000 тыс.руб.,
2. – 3000 тыс.руб.,
3. – 4000 тыс.руб.,
4. – нет правильного ответа.

43. Порядок расчета коэффициента обеспеченности оборотных активов собственными средствами:

1. – $K_o = \text{собственный капитал} / \text{активы предприятия}$,
2. – $K_o = (\text{собственный капитал} - \text{внеоборотные активы}) / \text{оборотные активы}$,

9

3. – $K_o = \text{собственный капитал} / \text{заемный капитал}$,
4. – $K_o = \text{оборотные активы} / \text{собственный капитал}$.

44. Предприятие имеет собственный капитал на сумму 8000 тыс.руб., оборотные активы – 4000 тыс.руб., внеоборотные активы – 6500 тыс.руб.

Рассчитайте коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами:

1. – 2,05,
2. – 0,38,
3. – 0,76,
4. – 0,59.

45. Между собственными оборотными средствами и величиной оборотных активов не может быть соотношения:

1. – собственные оборотные средства меньше оборотных активов,
 2. – собственные оборотные средства больше оборотных активов,
 3. – собственные оборотные средства равны оборотным активам,
 4. – правильного ответа нет.
46. Предприятие имеет: внеоборотные активы – 6000 тыс.руб., долгосрочные обязательства – 3000 тыс. руб., оборотные активы – 8000 тыс.руб., краткосрочные обязательства – 4000 тыс.руб.
Рассчитать собственный капитал организации:
1. – 2000 тыс.руб.,
 2. – 3000 тыс.руб.,
 3. – 5000 тыс.руб.,
 4. – 7000 тыс.руб.
47. Показатель рентабельности активов используется как характеристика:
1. – структуры капитала,
 2. – прибыльности активов,
 3. – текущей ликвидности,
 4. – структуры имущества.
48. Общая отдача активов рассчитывается как:
1. – выручка от продаж за год / среднегодовую стоимость активов,
 2. – чистая прибыль за год / среднегодовая стоимость внеоборотных активов,
 3. – выручка от продаж за год / средняя величина собственного капитала,
 4. – чистая прибыль за год / средняя величина заемного капитала.
- 10
49. Анализ финансового результата представляет собой:
1. – анализ себестоимости продукции,
 2. – анализ выручки от продажи продукции,
 3. – анализ прибыли предприятия,
 4. – анализ трудовых ресурсов.
50. Резерв снижения себестоимости, а следовательно роста прибыли не формируется следующими мероприятиями:
1. – внедрение достижений научно-технического прогресса,
 2. – сокращение численности работников,
 3. – снижение материальных затрат,
 4. – увеличение денежных средств на расчетном счет

Вопросы к устному опросу:

1. Предмет и метод анализа хозяйственной деятельности. Организация анализа хозяйственной деятельности в организации.
2. Анализ численности работающих в организации. Абсолютный и относительный перерасход численности.
3. Анализ текучести рабочей силы.
4. Анализ производительности труда. Задачи, показатели.
5. Анализ производительности труда по натуральным показателям.
6. Анализ выполнения задания по производительности труда по трудовому показателю в нормо-часах.
7. Анализ состава, движения и состояния основных фондов.
8. Анализ обеспеченности основными фондами.
9. Анализ поступления и выбытия основных средств.

10. Анализ использования основных средств.
11. Анализ элемента затрат «Заработная плата»
12. Анализ косвенных статей затрат. Распределение накладных расходов по переменным издержкам и с полным отнесением затрат.
13. Задачи и источники анализа финансовой деятельности организации.
14. Анализ бухгалтерского баланса, как основного источника анализа финансового состояния.
15. Принцип построения актива и пассива баланса. Дополнительная «очистка» Ф №1 для анализа финансового состояния.
16. Построение и анализ сравнительного аналитического баланса.
17. Построение и анализ баланса на ликвидность.
18. Расчет и анализ коэффициентов ликвидности.
19. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия (Ф №2).
20. Факторный анализ прибыли (Ф №2): влияние фактора выручки и изменения цены
21. Факторный анализ прибыли (Ф.№2): фактор влияния себестоимости, коммерческих и управленческих расходов, общее влияние факторов.
22. Анализ прибыльности и рентабельности деятельности предприятия: экономическая рентабельность, рентабельность основной деятельности, период окупаемости собственного капитала.
23. Анализ прибыльности и рентабельности: рентабельность продаж, общая рентабельность, рентабельность собственного капитала, коэффициент устойчивости экономического роста.
24. Анализ оборачиваемости оборотных средств. Пути ускорения оборачиваемости.
25. Методы анализа трудовых ресурсов.
26. Анализ нематериальных активов.
27. Вертикальный и горизонтальный анализ затрат производство.
28. Финансовый анализ.
43. Анализ использования банковского кредита.

2.1.3.Задания для проведения текущего контроля МДК 02.03 Маркетинг

Тема 1Сущность маркетинга

1. Контрольные вопросы для устного опроса

- 1.Почему необходимо изучать маркетинг? Обоснуйте Ваш ответ.
2. История становления маркетинга
- 3.Необходимость применения маркетингового подхода в деятельности организации

2. Практические задания

Задание № 1. Дайте характеристики основным концепциям управления маркетингом

Концепции	Основные идеи концепции
1.Совершенствование производства	
2.Совершенствование товара	
3.Интенсификация коммерческих усилий	
4.Концепция маркетинга	
5.Концепция социально-этичного маркетинга	

Задание № 2.

На какой концепции маркетинга основана деятельность следующих фирм?

1. Фирма занимается производством экипировки и снаряжения для охоты, рыбалки и туризма. Разработку новых моделей фирма осуществляет, основываясь на требованиях рынка.
2. Фирма производит канцелярские товары без изучения спроса на данном рынке, ориентируясь на агрессивные формы продвижения.
3. Мебельная фабрика производит недорогую практичную мебель не лучшего качества, однако продукция фирмы широко представлена в торговой сети.
4. Компания занимается производством теле- и видеоаппаратуры, постоянно совершенствуя свой товар. Менеджмент фирмы думает только о совершенствовании товарной политики, а не о спросе на него.

Тест по теме

1. Маркетинг можно определить как:
 - а) управление сбытом;
 - б) рыночный потенциал фирмы;
 - в) деятельность, направленная на продвижение товара;
 - г) деятельность, направленная на получение прибыли посредством удовлетворения потребностей.
2. Исторической предпосылкой возникновения маркетинга является:
 - а) кризис сбыта;
 - б) рост производительности труда;
 - в) повышение профессионализма работников сбыта;
 - г) распыление промышленного и торгового капиталов.
3. Сущность концепции «социально-этического» маркетинга заключается в том, что:

- 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.

3. Среди концептуальных подходов к маркетингу не выделяют:

- а) идеологический аспект;
- б) психологический аспект;
- в) аналитический аспект;
- г) прикладной аспект.

4. Идея социально-этического маркетинга отражает:

- а). создание высококачественных товаров с особыми характеристиками
- б). учет долговременных интересов общества;
- в). производство товаров с минимальными издержками;
- г). стратегию предприятия, ориентированную на потребителя.

5. Демаркетинг целесообразно использовать при:

- а). отсутствии спроса;
- б). чрезмерном спросе;
- в). негативном спросе;
- г). сезонном спросе.

Тема 2 Маркетинговая информация и маркетинговое исследование рынка

Контрольные вопросы

1. Дайте определение МИС и опишите ее структуру.
2. Что представляют собой вторичные данные, чем они отличаются от первичных данных?
3. Дайте характеристику основным этапам маркетингового исследования.
4. Что представляет метод опроса, перечислите его преимущества и виды.

2. Дискуссионные вопросы

1. Должна ли быть разница между системой маркетинговой информации и системой сбора внешней текущей маркетинговой информации?
2. Объясните роль маркетинговых исследований в процессе управления маркетингом.
3. Какие из известных методов сбора информации вам кажутся:
 - А). наиболее доступными;
 - Б). наименее затратными;
 - В). наиболее эффективным.

Ситуационные задания:

1. Опишите сущность системы анализа маркетинговой информации. Будет ли, по –вашему мнению, пользоваться этой системой небольшой магазин детской одежды в небольшом поселке. Почему?

2. Выберите организацию, с деятельностью которой вы знакомы. Определите 3-5 проблем улучшения деятельности данной организации на рынке и сформулируйте для них направление необходимых маркетинговых исследований.

3. Предположите, что Вы решили создать малую организацию по ремонту и обслуживанию компьютеров. Спроектируйте проведение какого-либо эксперимента в области маркетинговых исследований. Выберите зависимую и независимую переменные. Какие внешние факторы могут исказить результаты эксперимента?

Тема 3 Окружающая среда маркетинга

Контрольные вопросы

Какой системой (открытой или закрытой) является организация и почему?

Определите основные факторы маркетинговой микросреды и их влияние на деятельность организации

Перечислите группы факторов макросреды и обозначьте степень их влияния на деятельность организации

Дискуссионные вопросы

1. Обосновать на примере вашей организации, какие контактные аудитории осуществляют влияние на деятельность вашей организации.

2. Перечислить, какие группы ваших потребителей, покупателей, клиентов вашей организации выделяете.

Выполнить практические задания

Задание № 1.

К какому виду маркетинговой среды (1 – внутренняя микросреда, 2 – внешняя

микросреда, 3 – макросреда) относятся субъекты и факторы:

Субъекты и факторы	Вид среды
Производители субститутов	
Появление лазерной хирургии	
Закон о защите прав потребителей	
Дистрибьютор	
Инфляция	
Международные покупатели	
Спонтанный спрос	
Трансагенство	
Рекламное агенство	
Корпоративная культура	
Портфель заказов	

Задание № 2.

Фирма открывает табачную фабрику. Какие факторы она должна учесть с точки зрения социально-этического маркетинга?

Тест по теме

1. Маркетинговая среда фирмы – это:

- а) субъекты и факторы, влияющие на маркетинговую деятельность фирмы;
- б) отделы маркетинговой службы фирмы;
- в) информация, на основе которой работает маркетинг фирмы;
- г) коммуникационные каналы фирмы, ее референтные группы.

2. Внутренняя предприятия включает:

- а) дистрибьюторов;
- б) клиентуру;
- в) конкурентов;
- г) НИОКР.

3. Внешняя микросреда маркетинга включает силы и факторы

- а) полностью контролируемые компанией;
- б) регулируемые компанией;
- в) государственной политики;
- г) не влияющие на деятельность компании.

4. Микросреда маркетинга обусловлена:

- а) деятельностью высшего руководства фирмы и службы управления маркетингом;
- б) состоянием контролируемых факторов и деятельностью поставщиков, конкурентов, посредников, клиентов и контактных аудиторий;
- в) состоянием экономики, демографии, политики, права, культуры, науки и техники, окружающей среды;
- г) деятельностью высшего руководства фирмы и службы управления маркетингом, а также состоянием неконтролируемых факторов.

6. Макросреда маркетинга обусловлена:

- а) состоянием экономики, демографии, политики, права, культуры, науки и техники, окружающей среды;
- б) деятельностью поставщиков, конкурентов, посредников, клиентов и контактных аудиторий;
- в) существующим законодательством;
- г) деятельностью государственных органов управления.

7. Рынок, с точки зрения маркетинга, – это:

- а) место встречи покупателя и продавца;
- б) любое взаимодействие людей по поводу товара;
- в) совокупность производителей и потребителей;
- г) система отношений купли-продажи между продавцами и покупателями.

8. Конкурентоспособность – это:

- а) высокое качество продукта;
- б) низкая цена продукта;

- в) способность продукта быть проданным среди аналогов;
г) оптимальное соотношение «цена – качество».

Тема 4 Покупательское поведение

Контрольные вопросы

1. Для чего необходимо изучать поведение потребителей?
2. Что влияет на решение потребителя совершить покупку?
3. Модели рационального и эмоционального поведения потребителя.

Ситуационные задания:

Задание 1. Известно, что поведение покупателей на рынке с высоким уровнем дохода и массовом рынке принципиально отличается. Подумайте:

1. Что является решающим при выборе товара на рынке с высоким уровнем дохода покупателей?
2. Что является решающим при выборе товара на массовом рынке?
3. Можно ли один и тот же товар предложить обоим рынкам одновременно?
4. Если нет – то почему?
5. Если да, то при каком условии это возможно? Что нужно дополнительно учесть?

Задание 2 Прокомментируйте утверждение, что «Потребителей можно разделить на пять групп, которые по разному реагируют на введение новых товаров», при этом первые три группы (примерно 50%) обеспечивают приобретение 90% всех новых товаров:

- Суперноваторы.
- Новаторы..
- Обыкновенные потребители.
- Консерваторы.
- Суперконсерваторы

Задание 3. В результате исследования потребителей были получены данные об их расходах:

Виды расходов	На 1 чел в базисном году	На 1 чел. в текущем году
На питание дома	1098	1381
На питание вне дома	73	85
На покупку напитков	72	71
На покупку одежды	477	409
На покупку предметов для отдыха	128	985
На покупку др.	400	499

непродовольственных товаров		
На оплату услуг	368	386
Всего потребит.расходов		

- Рассчитать и сделать выводы по динамике и структуре потребительских расходов

Тема 5 Сегментирование рынка

Контрольные вопросы

1. Дать определение сегментации рынка
2. В чем состоит необходимость сегментации рынка?
3. Определить преимущества и недостатки процесса сегментации

Ситуационные задания:

1. Перечислить критерии сегментации и привести пример

Критерии сегментации	Содержание
Демографический	
Географический	
Поведенческий	
Психографический	

2. На примере услуг фитнес центра придумайте как можно больше различных сегментов рынка, выбрав любой параметр в качестве условия сегментации (пол, возраст, образ жизни и т.п.).

Разработайте для каждого сегмента свое товарное предложение. Опишите его отличия.

Опишите покупателя в каждом из сегментов – кто он? как подходит к выбору услуги? что для него наиболее важно в услуге?

3. Привести примеры позиционирования товаров /услуг с учетом принципов позиционирования

Позиционирование товара на рынке - это обеспечение товару не вызывающего сомнений, четко отличного от других, желательного места на рынке и в сознании целевых потребителей (Ф. Котлер).

Принципы позиционирования	Содержание и пример

Тема 6 Товарная политика

Контрольные вопросы

1. Дайте характеристику интегральной модели товара.
2. Классификация товаров: основные направления классификации
3. Цель деления на стадии ЖЦТ
4. В чем проявляются функции упаковки товара?
5. Стратегии товарного ассортимента

2. Ситуационные задания

1. Придумайте новый товар – принципиальную новинку (можно пофантазировать).

Разработайте для него:

- фирменное название
- фирменный знак
- рекламный слоган
- текст рекламы.

Подумайте:

- Где вы будете размещать рекламу своего товара?
- Для кого он предназначен?
- Кто ваш потенциальный покупатель? Опишите его, используя различные характеристики (демографические, социо-культурные, экономические и т.д.).

2. Представьте жизненные циклы товаров в разрезе целого товарного класса, разновидности товара, конкретной марки, товарной единицы. Могут ли данные циклы совмещаться? Приведите примеры.

3. Разработайте ассортимент товаров, предлагаемых в магазинах с такой вывеской: «Чай-кофе», «Парижанка», «Черный кот», «Пятачок», «Товары для красоты и здоровья».

Решить задачу

Проанализировать выполнение плана по ассортименту, сделать выводы о формировании ассортиментной политики

Виды продукции	Выпуск по плану, тыс. руб.	Выпуск по факту, тыс.
----------------	----------------------------	-----------------------

		руб.
А	400,0	440,0
Б	450,0	427,5
В	150,0	180,0
Г	200,0	196,0
Итого		

Тема 7 Управление ассортиментом, оценка качества

1.Контрольные вопросы

Что такое управление ассортиментом? каковы характерные черты?

Что такое время оценка качества? Почему маркетологи уделяют внимание оценке качества?

Что такое конкурентоспособность продукта (товара или услуги).

Ситуационные задания

На примере современного формата гостиничных услуг –Хостела прокомментируйте –особенности этого формата(преимущества, недостатки), основную целевую аудиторию, в чем состоит конкурентоспособность этого гостиничного продукта.

Муниципальная гостиница в центре города при появлении маленьких современных отелей стала терять свои конкурентные преимущества на рынке. Чтобы снова успешно завоевать часть рынка, муниципальной гостинице необходимо правильно разработать управленческое решение о наборе потребительских свойств гостиничных услуг. Какие управленческие решения разработали бы Вы в данной ситуации, если бы были менеджером муниципальной гостиницы.

Тема 8 Ценообразование в маркетинге

1.Контрольные вопросы

1.Перечислите внешние факторы, влияющие на процесс ценообразования

2. Перечислите внутренние факторы, влияющие на процесс ценообразования

3. Дайте характеристику основных методов ценообразования

Задание1. Прокомментируйте показатели ценовой политики организации

Показатели	содержание
Стратегия формирования цены	
Оценка спроса и эластичности спроса	

Цены товаров конкурентов	
Система скидок	

Задание2. Владелец типографии намерен арендовать оборудование для производства буклетов за 1000 долл. в месяц. Продажная цена одного буклета 2 долл., переменные затраты 0,5 долл. Владельцу необходимо решить:

1. Сколько буклетов надо реализовать, чтобы выйти на безубыточный бизнес;
2. Будет ли прибыль от реализации 500 буклетов;
3. Сколько нужно продать буклетов, чтобы получить прибыль 3500 долл.

Задание3. При выходе на рынок с новым товаром постоянные затраты на все количество товара составили 1600 долл., переменные затраты на ед. продукции – 3 долл., цена – 5 долл. Определить, через сколько месяцев окупятся затраты. Показатели продаж за первые шесть месяцев представлены в таблице:

месяц	1	2	3	4	5	6
Объем продаж, шт.	130	140	150	170	210	300

Тема 9 Организация товародвижения

1.Контрольные вопросы

1. Почему нужно использовать комплексный подход при товародвижении товара
2. Что такое канал сбыта и чем определяется его длина и ширина.
3. Почему в сфере услуг не актуальна организация товародвижения

Задание 1. Заполнить таблицу

Содержание основных этапов сбыта компании

этап	Характеристика этапа
Поиск покупателя	
Организация обработки и выполнения заказов	

Задание 2. Заполнить таблицу

Причины использования и неиспользования посредников

Причины использования	Причины неиспользования
1	1
2	2
3	3
4	4

Тема 10 Маркетинговые коммуникации

1.Контрольные вопросы

Что является главной задачей продвижения товаров/ услуг?

Виды продвижения в маркетинге, их особенности.

2. Дискуссионные вопросы

1. Определить, в чем проявляется двусторонний характер коммуникационной системы на практике.
2. Привести примеры, как характеристики продукта влияют на выбор методов его продвижения.
3. Какие факторы нужно учитывать, выбирая рекламу, персональные продажи , либо стимулирование сбыта

Тема 11 Рекламная деятельность

1.Контрольные вопросы

Перечислите этапы подготовки и проведения рекламной кампании.

Учебные ситуации

Задание № 1.

Разработайте текст рекламы по продаже:

Элитного коттеджа в экологически чистом районе города

Типовой квартиры (вторичное жилье).

Подумайте, на какие моменты вы сделаете акцент в том и другом случае.
Почему?

Задание №2 Найдите в СМИ примеры рекламных статей, решающих задачи создания общественного мнения, прокомментируйте данное решение предприятия в контексте внешних событий.

Задание №3 Предложите для рекламной кампании форму мотивации (качество, экономия, удобство, здоровье, семейный уют, отдых, азарт и т.д.) покупки следующих товаров:

Компьютера

Полиса на оказание стоматологических услуг

Жевательной резинки

Отдых в загородной гостинице

Задание №4 Что такое рекламная аргументация?

Аргументация – способ подведения основания под какую-либо мысль или действие.

Аргументация выполняет роль и побуждения к определенному мнению, и способа убеждения кого-либо.

Аргументация должна быть диалогична, так как это своеобразная "техника убеждения".

Действенный рекламный аргумент имеет силу убеждения и внушения, так как он обращен и к рассудку, и к чувствам.

Аргументация в рекламном тексте не может быть замкнутой, всегда можно добиться ее усиления, подбирая подходящие аргументы.

В вербальном восприятии рекламного обращения аргументация выступает полным или частичным обоснованием принятия "спрятанного" предложения: воспользоваться или приобрести услуги по образованию.

Среди основных правил эффективной аргументации – четкость и ясность изложения, внутренняя непротиворечивость. Она должна быть понятна и убедительна.

Классификация аргументов в рекламном тексте строится на принципах: желательности, исключительности и привлекательности (Ф. Котлер).

Используя метод контент-анализа, можно определить некоторую совокупность базовых лексических аргументов, которые составляют основу любого рекламного обращения.

Задание: Подберите в СМИ примеры рекламных обращений и определите базовые аргументы.

2.2. Задания для проведения промежуточной аттестации

2.2.1. Промежуточная аттестация по МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение

проводится в форме дифференцированного зачета.

Вопросы для проведения дифференцированного зачета:

Финансы как историческая и экономическая (стоимостная) категория.

Характеристика однородных групп финансовых отношений на макро- и микроуровне.

Основные и дискуссионные функции финансов.

Состав и характеристика звеньев (блоков) финансового механизма.

Взаимосвязь финансов с другими экономическими категориями в процессе стоимостного распределения.

Финансы как инструмент экономического стимулирования и формирования финансовых ресурсов.

Источники формирования и направления расходования государственных финансовых ресурсов.

Источники формирования и направления расходования муниципальных финансовых ресурсов.

Финансовые ресурсы хозяйствующих субъектов.

Состав финансовой системы РФ

Функциональные элементы управления финансами.

Стратегическое и оперативное управление финансами.

Функции и задачи финансовых органов

Финансы коммерческих организаций.
Финансы некоммерческих организаций.
Характеристика деятельности государственных внебюджетных фондов.
Пенсионный фонд РФ: назначение, источники формирования и направления расходования средств.
Фонд социального страхования РФ: назначение, источники формирования и направления расходования средств.
Федеральный фонд обязательного медицинского страхования: назначения, источники формирования и направления использования ресурсов.
Экономическая функция государства.
Состав и значение финансовой политики.
Финансовая стратегия и тактика.
Мировые концепции государственного финансового регулирования.
Содержание и значение финансового контроля.
Виды, методы и приемы финансового контроля.
Государственный финансовый контроль.
Внешний аудит. Аудиторская проверка.
Внутрихозяйственный финансовый контроль (внутрифирменный аудит).
Характеристика функций и экономической роли государства;
Финансовое обеспечение эффективной реализации общих и частных государственных функций;
Мировые концепции государственного финансового регулирования;
Методологические факторы и принципы государственных финансов;
Нормативно-правовые акты, регулирующие экономические границы государственного долга;
Состав государственного кредита и его отличия от других форм кредита;
Государственный долг: сущность, функции, причины возникновения и порядок обслуживания;
Виды государственных займов;
Управление государственным долгом;
Влияние процентных ставок и других факторов на экономическую границу государственного долга;
Формы долговых обязательств.
Характеристика функций и экономической роли местного самоуправления;
Финансовое обеспечение эффективной реализации общих и частных муниципальных функций;
Нормативно-правовые акты, регулирующие экономические границы муниципального долга;
Муниципальный долг: сущность, функции, причины возникновения и порядок обслуживания;
Виды муниципальных займов;
Бюджет: сущность, функции и механизм функционирования.
Бюджетная система: сущность, виды (уровни) и принципы ее организации.

Межбюджетные отношения и их принципы. Консолидированный бюджет РФ.

Предмет, система, источники и принципы бюджетного права.

Понятие, виды и классификация норм бюджетного права.

Содержание бюджетных прав.

Нормативно-правовые акты, регулирующие бюджетные правоотношения в РФ.

Правовое регулирование государственных доходов РФ. Собственные и регулирующие доходы бюджета. Виды доходов бюджетов.

Понятие государственных расходов РФ и принципы их организации. Формы предоставления бюджетных средств получателям бюджетных средств.

Характеристика расходов, финансируемых исключительно из федерального бюджета.

Характеристика расходов, финансируемых исключительно из бюджетов субъектов РФ.

Характеристика расходов, финансируемых исключительно из местных бюджетов.

Сбалансированность бюджетов. Межбюджетное перераспределение средств.

Дефицит бюджета: сущность, причины возникновения, социально-экономические последствия, источники финансирования.

Бюджетные права законодательных и исполнительных органов государственной власти и органов местного самоуправления при формировании доходов и использовании (расходование) средств бюджетов различных уровней.

Бюджетный процесс: сущность, задачи, принципы и стадии бюджетного цикла.

Участники бюджетного процесса. Субъекты бюджетного права, обладающие бюджетными полномочиями.

Бюджетное планирование и порядок составления проекта бюджета. Документы и материалы, сопровождающие проект бюджета.

Порядок рассмотрения и утверждения бюджета законодательными (представительными) органами власти.

Исполнение бюджета по доходам и расходам. Функции, задачи и роль системы органов федерального казначейства.

Подготовка, рассмотрение и утверждение отчета об исполнении бюджета.

Финансы и их роль в хозяйственной деятельности коммерческих организаций отраслей народного хозяйства.

Финансовый механизм коммерческой организации, его состав и структура.

Основные принципы организации финансов коммерческих организаций отраслей народного хозяйства.

Финансовый рынок и возможности использования предприятием денежных средств финансового рынка.

Источники формирования основных и оборотных средств.

Распределение прибыли в коммерческой организации разных организационно-правовых форм хозяйствования.
Особенности организации финансов общественных объединений.
Сметно-бюджетное финансирование бюджетных учреждений. Особенности сметно-бюджетного финансирования.
Нормы расходов. Минимальная бюджетная обеспеченность.
Назовите источники формирования, направления использования и особенности резервного капитала организации.
Состав и стоимость собственного капитала.
Каковы основные особенности формирования и учета нераспределенной прибыли (непокрытого убытка)
Система налогов и сборов Российской Федерации.
Элементы налогообложения. Источники уплаты налогов, сборов, пошлин.
Принципы исчисления и порядок организации расчетов с бюджетом по налогу на добавленную стоимость
Принципы исчисления и порядок организации расчетов с бюджетом по акцизам
Принципы исчисления и порядок организации расчетов с бюджетом по налогу на прибыль
Принципы исчисления и порядок организации расчетов с бюджетом по налогу на доходы физических лиц
Порядок применения социальных и имущественных вычетов по налогу на доходы физических лиц
Принципы исчисления и порядок организации расчетов с бюджетом по налогу на имущество организаций
Принципы исчисления и порядок организации расчетов с бюджетом по транспортному налогу
Принципы исчисления и порядок организации расчетов с бюджетом по земельному налогу
Принципы исчисления и порядок организации расчетов с бюджетом по единому налогу на вмененный доход
Принципы исчисления и порядок организации расчетов с бюджетом по упрощенной системе налогообложения
Принципы исчисления и порядок организации расчетов с бюджетом по патентной системе

Критерии оценивания:

«Отлично» - ставится, если студент:

- а) обстоятельно, с достаточной полнотой излагает тему;
- б) дает правильные формулировки, точные определения понятий и терминов, обнаруживает полное понимание материала и может обосновать свой ответ, привести примеры, не только данные в конспекте (учебнике), но и самостоятельно составленные, правильно отвечает на дополнительные вопросы;

в) уверенно и правильно проводит разбор материала и обосновывает его, правильно пользуется медицинской терминологией;
г) свободно владеет речью (демонстрирует связность и последовательность в изложении);

д) демонстрирует умение действовать в стандартных и нестандартных профессиональных ситуациях.

«Хорошо» - ставится, если студент

дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «отлично», но допускает единичные ошибки, которые сам же исправляет после замечания преподавателя.

«Удовлетворительно» - ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

а) допускает неточности в формулировке понятий и терминов, затрудняется обосновать свой ответ, не может привести самостоятельно составленные примеры, затрудняется при ответе на дополнительные вопросы;

б) допускает частичные ошибки при разборе материала;

в) излагает материал недостаточно связно и последовательно с частыми заминками и перерывами.

«Неудовлетворительно» - ставится, если студент обнаруживает незнание или непонимание большей части соответствующего раздела.

2.2.2. Промежуточная аттестация по МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Проводится в форме дифференцированного зачета.

Количество вариантов задания – 6.

Время выполнения задания – 2 часа.

Оборудование: ручка, калькулятор.

Билеты на дифференцированный зачет

БИЛЕТ №1

1. Ответить на тест

1. Объектом анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия является:

1. – предприятия,
2. - организации,
3. - фирмы,

4. – все выше перечисленное.

2. Предметом анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия является:

1. – производственная деятельность предприятия,
2. – финансовая деятельность предприятия,
3. – инвестиционная деятельность предприятия,

4. – все выше перечисленное.

3. Какие средства из внешних источников может привлечь предприятие для финансирования капитальных вложений:

1. – амортизационные отчисления предприятия,
 2. – **банковский кредит,**
 3. – оборотные средства,
 4. – добавочный капитал.
4. Прибыль – это показатель:
1. – рентабельности производства,
 2. – эффективности производства,
 3. – **экономического эффекта,**
 4. – эффективности продаж.
5. Отношение прибыли от реализации продукции к выручке в процентном выражении представляет собой:
1. – платежеспособность,
 2. – ликвидность,
 3. – **рентабельность продукции,**
 4. – маневренность.
6. Чистая прибыль определяется как:
1. – **разница между балансовой прибылью и обязательными отчислениями от прибыли в бюджет,**
 2. – разница между выручкой от реализации продукции и отчислениями в фонды и резервы предприятия,
 3. разница между выручкой и совокупными затратами на производство и реализацию продукции,
 4. – разница между выручкой от реализации продукции и суммой внереализационных расходов.
7. Рентабельность продукции – это:
1. – отношение чистой прибыли к полной себестоимости реализованной продукции,
 2. – отношение прибыли от производства и реализации продукции к текущим затратам на производство,
 3. – отношение выручки от реализации продукции к прибыли от реализации продукции,
 4. – **отношение прибыли от производства и реализации продукции к полной себестоимости реализованной продукции.**
8. К основным фондам относятся:
1. – готовая продукция,
 2. – незавершенное производство,
 3. – **теплосеть,**
 4. – ноу-хау.
9. К активным основным производственным фондам относятся:
1. – мосты,
 2. – **транспортные средства,**
 3. – патенты,
 4. – сырье.
10. Фондоотдача – это показатель, являющийся обратным по отношению к показателю:
1. – фондовооруженности,
 2. – **фондоёмкости,**
 3. – выбытия основных фондов,

4. – загруженности основных фондов.

2 Решить задачу. Осуществить вертикальный анализ оборотных средств предприятия.

Наименование показателя	2014 год	2015 год	2016 год
	Тыс.руб.		
Внеоборотные активы, всего	363998	444299	302694
в т.ч.: Нематериальные активы	257	759	384
Основные средства	315288	270718	269609
Доходные вложения в МЦ	1220	1173	1126
Финансовые вложения	30038	152348	30038
Прочие оборотные активы	17224	19301	1537
Оборотные активы, всего	1701932	1206899	1508705
в т.ч.: Запасы	148908	158944	196925
- сырье и материалы	118191	136629	149943
- затраты в незавершенном производстве	25858	12932	28498
- готовая продукция и товары для перепродажи	4810	9339	9864
- товары отгруженные	-	-	8575
- НДС	8796	4709	7508
Дебиторская задолженность	856249	782673	937940
Финансовые вложения	679249	254067	352433
Денежные средства и денежные эквиваленты	3058	3496	10534
Прочие оборотные активы	5687	3010	3365
Валюта баланса	2065930	1651198	1811399

БИЛЕТ №2

1. Ответить на тест

1. К показателю, характеризующему качественное состояние основных производственных фондов, относится:

1. – **коэффициент износа,**
2. – коэффициент ликвидности,
3. – коэффициент автономии,
4. – коэффициент маневренности.

2. Эффективность использования основных фондов определяется показателем:

1. – фондоемкости,
2. – коэффициента обновления,
3. – фондовооруженности,
4. – **фондоотдачи.**

3. Назначение амортизационного фонда:

1. – учет функциональных возможностей основных фондов и нематериальных активов,
2. – **обеспечение воспроизводства основных фондов и нематериальных активов,**
3. – отражение затрат на приобретение внеоборотных и оборотных активов,
4. – обеспечение производство сырьем и материалами.

4. Разница между первоначальной стоимостью основного средства и суммой начисленного износа – это:
1. – покупная стоимость основного средства,
 2. – **остаточная стоимость основного средства,**
 3. – восстановительная стоимость основного средства,
 4. – сумма начисленной амортизации.
5. В состав основных средств входят?
1. – **основные производственные и непроизводственные фонды,**
 2. – оборотные производственные фонды,
 3. – фонды обращения,
 4. – фонды накопления.
6. Капитальные вложения – это:
1. – **финансирование воспроизводства основных фондов и нематериальных активов предприятия,**
 2. – вложения денежных средств в активы, приносящие максимальный доход,
 3. – долгосрочные вложения денежных средств в финансовые инвестиции,
 4. – долгосрочные финансовые вложения в уставные капиталы других предприятий.
7. Полная себестоимость определяется как:
1. – затраты на сырье, материалы, зарплату работникам,
 2. – **затраты предприятия на производство и реализацию продукции,**
 3. – затраты на финансирование инвестиционных проектов,
 4. – затраты на приобретение ценных бумаг.
8. Совокупность денежных средств, авансированных в создание и использование оборотных производственных фондов и фондов обращения – это:
1. – инвестиции,
 2. – **оборотный капитал,**
 3. – основные средства,
 4. – капитальные вложения.
9. Какие активы относятся к оборотным производственным фондам:
1. – здания и сооружения,
 2. – денежные средства в кассе,
 3. – **сырье и материалы,**
 4. – кредиторская задолженность.
10. Норма оборотных средств – это:
1. – стоимость сырья и материалов, используемых в производственном процессе,
 2. – **относительная величина (в днях или процентах), соответствующая минимальному экономически обоснованному объему запасов товарно-материальных ценностей,**
 3. – однодневный расход оборотных средств,
 4. – лимит денежных средств в кассе.
- 2 Решить задачу.** Рассчитать показатели движения и технического состояния основных фондов ООО «Крафт» и их динамику

Исходные данные:

Движение и техническое состояние основных фондов ООО «Крафт»

Показатель	Ед. изм.	Года			Отклонения			
		2014	2015	2016	2015/2014		2016/2015	
					Абсол.	Отн. %	Абсол.	Отн. %
Наличие о. с. на начало года	Тыс. руб.	-	55479	72815				
Поступило за год	Тыс. руб.	62716	25289	9603				
Выбыло за год	Тыс. руб.	-	7953	3509				
Наличие о. с. на конец года	Тыс. руб.	55479	72815	78909				
Амортизация основных средств	Тыс. руб.	7237	12186	19962				

БИЛЕТ №3

1. Ответить на тест

1. Материалоемкость продукции:

1. – отражает величину материальных затрат, приходящуюся на 1 руб. выпущенной продукции,
2. – характеризует объем выпуска продукции с каждого рубля потребленных материальных ресурсов,
3. – отражает структуру материальных ресурсов,
4. – показывает уровень эффективности использования материалов.

2. Эффективность использования оборотных средств характеризуется;

1. – выручкой от реализации продукции,
2. – остатком денежных средств на расчетном счете,
3. – чистой прибылью предприятия,
4. – оборачиваемостью оборотных активов.

3. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов рассчитывается как отношение:

1. – выручка от продаж за год / среднегодовая стоимость оборотных активов,
2. – среднегодовая стоимость оборотных активов / выручка от продаж за год,
3. – прибыль от продаж за год / среднегодовая стоимость оборотных активов,
4. – среднегодовая стоимость оборотных активов / прибыль от продаж за год.

4. Замедление оборачиваемости оборотных активов приведет к:

1. – росту остатков оборотных активов в балансе,
2. – уменьшению остатков оборотных активов в балансе,
3. – уменьшению валюты баланса,
4. – увеличению чистой прибыли.

5. Оборачиваемость дебиторской задолженности определяется как отношение:

1. – выручки от реализации продукции к дебиторской задолженности,
 2. – краткосрочной дебиторской задолженности к долгосрочной дебиторской задолженности,
 3. – длительности анализируемого периода к дебиторской задолженности,
 4. – оборотных активов к дебиторской задолженности.
6. Как определяется продолжительность погашения дебиторской задолженности за год:
1. – выручка от реализации / среднегодовые остатки дебиторской задолженности,
 2. – среднегодовые остатки / выручка от реализации продукции,

3. – **360 дней / коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности,**

4. – среднегодовые остатки дебиторской задолженности / 360 дней.

7. Ликвидность предприятия представляет собой;

1. – способность фирмы платить по своим обязательствам,

2. – возможность предприятия организовать эффективную деятельность,

3. – **способность предприятия трансформировать различные активы в денежные средства,**

4. – способность предприятия заниматься инвестиционной деятельностью.

8. Выберите, по какой формуле из предложенных определяется коэффициент текущей ликвидности предприятия:

1. – отношение актива к пассиву баланса,

2. – отношение оборотных средств к объему краткосрочных обязательств,

3. – **отношение краткосрочных обязательств к объему оборотных средств,**

4. – отношение оборотных средств к пассиву баланса.

9. Какие привлеченные средства являются для предприятия самыми дешевыми:

1. – дебиторская задолженность,

2. – ссуда банка,

3. – **кредиторская задолженность,**

4. – облигационный заем.

10. Платежеспособность предприятия представляет собой:

1. – снижение дебиторской задолженности,

2. – увеличение кредиторской задолженности,

3. – **способность предприятия платить по своим обязательствам,**

4. – банкротство предприятия.

2 Решить задачу. Рассчитайте показатели отработанного времени. По результатам расчетов сделайте выводы.

Исходные данные:

Показатель	По плану	фактически	Абсолютное отклонение
Среднесписочная численность рабочих, чел	400	410	
Время, отработанное всеми рабочими, тыс. чел-час	672	647,8	
Отработано дней всеми рабочими, чел. Дни	210	200	

БИЛЕТ №4

1. Ответить на тест

1. Какие элементы затрат относятся к постоянным расходам:

1. – сдельная заработная плата,

2. – затраты на сырье,

3. – **амортизация,**

4. – ЕСН на сдельную заработную плату.

2. К накладным расходам не относятся:
 1. – общехозяйственные расходы,
 2. – общепроизводственные расходы,
 - 3. – зарплата производственных рабочих,**
 4. – расходы по производственному управлению.

3. Показатель, характеризующий объем реализованной продукции, при котором сумма чистого дохода предприятия равна общей сумме издержек, - это:
 1. – финансовый леверидж,
 2. - запас финансовой прочности
 3. – производственный рычаг,
 - 4. – порог рентабельности.**

4. Маржинальный доход предприятия определяется как :
 1. – разность между выручкой от реализации продукции и суммой постоянных затрат,
 - 2. – разность между выручкой и суммой переменных затрат,**
 3. – разность между суммой прибыли от реализации продукции и суммой переменных затрат,
 4. - разность между суммой прибыли от реализации продукции и суммой постоянных затрат.

5. Определите величину маржинального дохода на основании следующих данных: выручка от реализации продукции – 1000 тыс. руб., постоянные затраты – 200 тыс. руб., переменные затраты – 400 тыс. руб.
 - 1. – 600 тыс. руб.,**
 2. – 800 тыс.руб.,
 3. – 400 тыс.руб.,
 4. – нет правильного ответа.

6. Порог рентабельности продукции (точка критического объема продукции) определяется отношением:
 1. – постоянных затрат к переменным,
 - 2. – постоянных затрат к маржинальному доходу на единицу продукции,**
 3. – постоянных затрат к выручке от реализации продукции,
 4. – переменных затрат к выручке от реализации продукции.
7. Определите порог рентабельности, если выручка от продажи продукции составила – 2000 тыс. руб., постоянные затраты составили – 400 тыс. руб., переменные затраты – 1500 тыс. руб., цена единицы продукции – 1 тыс.руб.:
 1. – 100,
 2. – 400,
 - 3. – 1600,**
 4. – 2000.

8. Эффективность использования трудовых ресурсов является показатель:
 1. – фонд заработной платы,
 2. – трудоемкость,
 - 3. – производительность труда,**
 4. – фонд рабочего времени.

9. Снижение трудоемкости продукции:
 - 1. – повышает производительность труда,**

2. – уменьшает выработку рабочего,
3. – снижает производительность труда,
4. – повышает себестоимость продукции.

10. Для расчета баланса рабочего времени рассчитываются следующие показатели:

1. – коэффициент использования фонда рабочего времени,
2. – доля внутрисменных потерь в фонде рабочего времени,
3. – установленная продолжительность рабочего дня,
- 4. – все выше перечисленное.**

2 Решить задачу. Рассчитать показатели рентабельности

Исходные данные:

Показатели	2014 г.	2015 г.
1.Объем производства, тыс.руб.	2786517	2902992
2.Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг, тыс.руб.	877835	692989
3.Себестоимость продукции, тыс.руб.	525003	408337
4.Затраты на 1 рубль объема производства, коп.	19	14
5.Прибыль (убыток) от продаж, тыс.руб.	241558	171587
1. Собственный капитал на конец года	9188	9754
3. Сумма валюты баланса на конец периода	12953	10887

БИЛЕТ №5

1.Ответить на тест

1. К социально-экономическим факторам, воздействующим на рост производительности труда не относятся:

1. – повышение деловой квалификации кадров,
2. - повышение культурно-технического уровня работников,
- 3. – предоставление очередного отпуска,**
4. – творческое отношение к труду.

2. Каково нормативное значение коэффициента абсолютной ликвидности:

1. – $K \geq 0.5$,
2. – $K \geq 0.1$,
- 3. – $K \geq 0.2$,**
4. – $K \geq 0.3$.

3. Предприятие имеет внеоборотные активы на сумму 6000 тыс. руб., долгосрочные обязательства – 3000 тыс.руб., оборотные активы – 8000 тыс.руб., краткосрочные обязательства – 4000 тыс.руб., собственный капитал – 7000 тыс.руб. Собственный оборотный капитал составит:

1. – 2000 тыс.руб.,
2. – 3000 тыс.руб.,
- 3. – 4000 тыс.руб.,**
4. – нет правильного ответа.

4. Порядок расчета коэффициента обеспеченности оборотных активов собственными средствами:

1. – $K_o = \text{собственный капитал} / \text{активы предприятия}$,

2. – $Ko = (\text{собственный капитал} - \text{внеоборотные активы}) / \text{оборотные активы}$,
3. – $Ko = \text{собственный капитал} / \text{заемный капитал}$,
4. – $Ko = \text{оборотные активы} / \text{собственный капитал}$.

5. Предприятие имеет собственный капитал на сумму 8000 тыс.руб., оборотные активы – 4000 тыс.руб., внеоборотные активы – 6500 тыс.руб. Рассчитайте коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами:

1. – 2,05,
2. – **0,38**,
3. – 0,76,
4. – 0,59.

6. Между собственными оборотными средствами и величиной оборотных активов не может быть соотношения:

1. – собственные оборотные средства меньше оборотных активов,
2. – **собственные оборотные средства больше оборотных активов**,
3. – собственные оборотные средства равны оборотным активам,
4. – правильного ответа нет.

7. Предприятие имеет: внеоборотные активы – 6000 тыс.руб., долгосрочные обязательства – 3000 тыс. руб., оборотные активы – 8000 тыс.руб., краткосрочные обязательства – 4000 тыс.руб. Рассчитать собственный капитал организации:

1. – 2000 тыс.руб.,
2. – 3000 тыс.руб.,
3. – 5000 тыс.руб.,
4. – **7000 тыс.руб.**

8. Показатель рентабельности активов используется как характеристика:

1. – структуры капитала,
2. – **прибыльности активов**,
3. – текущей ликвидности,
4. – структуры имущества.

9. Общая отдача активов рассчитывается как:

1. – **выручка от продаж за год / среднегодовую стоимость активов**,
2. – чистая прибыль за год / среднегодовая стоимость внеоборотных активов,
3. – выручка от продаж за год / средняя величина собственного капитала,
4. – чистая прибыль за год / средняя величина заемного капитала.

10. Анализ финансового результата представляет собой:

1. – анализ себестоимости продукции,
2. – анализ выручки от продажи продукции,
3. – **анализ прибыли предприятия**,
4. – анализ трудовых ресурсов.

2 Решить задачу. Рассчитать сумму собственных средств ООО «Лента», определить их излишек или недостаток, оценить финансовую устойчивость предприятия

Исходные данные

Наименование Показателя	2014 год	2015 год	Изменение за 2014- 2015 гг.
Сумма оборотных активов ($A_{\text{оборот}}$)	3295	2810	

Сумма текущих обязательств (ТО)	3765	1133	
Сумма долгосрочных заемных средств (ДЗ), в т.ч.	0	0	
-инвестированных в оборотные активы (ДЗoa)	0	0	
-инвестированных во внеоборотные активы (ДЗва)	0	0	
Запасы и затраты (ЗЗ)			
Сумма краткосрочных заемных средств (КЗ)	3765	1133	

БИЛЕТ №6

1. Ответить на тест

1. Резерв снижения себестоимости, а, следовательно, роста прибыли не формируется следующими мероприятиями:

1. – внедрение достижений научно-технического прогресса,
2. – сокращение численности работников,
3. – снижение материальных затрат,
- 4. – увеличение денежных средств на расчетном счете.**

2. Объектом анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия является:

1. – предприятия,
2. - организации,
3. - фирмы,
- 4. – все выше перечисленное.**

3. Предметом анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия является:

1. – производственная деятельность предприятия,
2. – финансовая деятельность предприятия,
3. – инвестиционная деятельность предприятия,
- 4. – все выше перечисленное.**

4. Какие средства из внешних источников может привлечь предприятие для финансирования капитальных вложений:

1. – амортизационные отчисления предприятия,
- 2. – банковский кредит,**
3. – оборотные средства,
4. – добавочный капитал.

5. Прибыль – это показатель:

1. – рентабельности производства,
2. – эффективности производства,
- 3. – экономического эффекта,**
4. – эффективности продаж.

6. Капитальные вложения – это:

- 1. – финансирование воспроизводства основных фондов и нематериальных активов предприятия,**
2. – вложения денежных средств в активы, приносящие максимальный доход,
3. – долгосрочные вложения денежных средств в финансовые инвестиции,
4. – долгосрочные финансовые вложения в уставные капиталы других предприятий.

7. Полная себестоимость определяется как:

1. – затраты на сырье, материалы, зарплату работникам,

2. – **затраты предприятия на производство и реализацию продукции,**
3. – затраты на финансирование инвестиционных проектов,
4. – затраты на приобретение ценных бумаг.

8. Совокупность денежных средств, авансированных в создание и использование оборотных производственных фондов и фондов обращения – это:

1. – инвестиции,
2. – **оборотный капитал,**
3. – основные средства,
4. – капитальные вложения.

9. Какие активы относятся к оборотным производственным фондам:

1. – здания и сооружения,
2. – денежные средства в кассе,
3. – **сырье и материалы,**
4. – кредиторская задолженность.

10. Норма оборотных средств – это:

1. – стоимость сырья и материалов, используемых в производственном процессе,
2. – **относительная величина (в днях или процентах), соответствующая минимальному экономически обоснованному объему запасов товарно-материальных ценностей,**
3. – однодневный расход оборотных средств,
4. – лимит денежных средств в кассе.

2 Решить задачу

Рассчитать показатели рыночной и финансовой устойчивости ООО «Лента»

Наименование Показателя	2014 год	2015 год	Изменени е за 2014- 2015 гг.
Исходные данные, тыс. руб.			
1. Собственный капитал на конец года (СК)	9188	9754	
2. Сумма земных средств на конец периода (ЗС)	3765	1133	
3. Сумма валюты баланса на конец периода (ВБ)	12953	10887	
4. Сумма оборотных средств на конец периода (Аоборот.)	3295	2810	
5. Сумма собственных оборотных средств (СОС) на конец периода	-470	1677	
6. Сумма долгосрочного заемного капитала, инвестированного в оборотные активы на конец периода (ЗСдолг.)	0	0	
7. Сумма дебиторской задолженности на конец периода (ДЗ)	2064	600	

Эталоны ответов

	В1	В2	В3	В4	В5	В6
1	4	1	1	3	3	4
2	4	4	4	3	3	4
3	2	2	1	4	3	4
4	3	2	1	2	2	2

5	3	1	1	1	2	3
6	1	1	3	2	2	1
7	4	2	3	3	4	2
8	3	2	3	3	2	2
9	2	3	3	1	1	3
10	2	2	3	4	3	2

Вариант 1

Наименование показателя	Темп роста,% к пред.году	
	2013	2014
Оборотные активы, всего	88,6	125,0
в т.ч.: Запасы	132,2	123,9
- сырье и материалы	126,9	109,7
- затраты в незавершенном производстве	110,2	220,4
- готовая продукция и товары для перепродажи	205,1	105,6
- товары отгруженные	-	-
- НДС	85,4	159,4
Дебиторская задолженность	109,5	119,8
Финансовые вложения	51,9	138,7
Денежные средства и денежные эквиваленты	344,5	301,3
Прочие оборотные активы	59,2	111,8

Вариант 2

Вид основных средств	2013г.	2014г.	2015г.	2014/2013гг.		2015/2014гг	
	Уд. вес, %	Уд. вес, %	Уд. вес, %	Абсол.	От-нос. %	Аб-сол.	От-нос. %
Здания	-	1,23	1,25	+898	-	+92	110,24
цистерны и оборудование	27,57	43,40	43,33	+16308	206,60	+2588	108,19
Транспортные средства	53,01	37,78	34,86	-1897	93,54	-1	100
Производственный и хозяйственный инвентарь	0,02	0,01	0,01	-	100	-	100
ИТОГО	80.5	82.34	79.45	+15309	400.14	+2679	108.36
в т. ч: производственные	80.5	82.34	79.45	+15909	400.14	+2679	108,36
Непроизводственные	-	-	-	-	-	-	-
активные	80.5	82.34	79.45	+15438	400.14	+2679	108,34
пассивные	-	1,23	1,25	+898	-	+92	110,2

							4
--	--	--	--	--	--	--	---

Вариант 3

Показатель	По плану	фактически	Абсолютное отклонение
Время, отработанное одним рабочим, час ($T_{\text{час}}:R$)	1,68	1,58	-0,1
Количество отработанных одним рабочим, чел. дней ($T_{\text{д}}:R$)	0,525	0,487	-0,038
Средняя продолжительность рабочего дня ($T_{\text{час}}:T_{\text{д}}$)	3,2	3,244	0,044
Фонд рабочего времени, час	672	647,7	-24,3

Вариант 4

Наименование показателя	Год, %	
	2013	2014
Рентабельность основной деятельности	27,5	24,8
Общая рентабельность отчетного периода	9,7	9,2
Рентабельность собственного капитала	16,4	11,1
Рентабельность продаж	27,5	24,8

Вариант 5

Наименование показателя	2014 год	2015 год	Изменение за 2014-2015 гг.
Собственные оборотные средства ($\text{СОС} = \text{А}_{\text{оборот}} - \text{ТО} - \text{ДЗ}_{\text{оа}}$)	-470	1677	2147
Сумма собственных и приравненных к ним долгосрочных заемных средств ($\text{СОС}_{\text{дз}} = \text{СОС} + \text{ДЗ}_{\text{оа}}$)	-470	1677	2147
Сумма собственных, долгосрочных и краткосрочных заемных средств ($\text{СОС}_{\text{дкз}} = \text{СОС}_{\text{дз}} + \text{КЗ}$)	3295	2810	-485
Излишек или недостаток собственных средств ($\text{К1} = \text{СОС} - 33$)	-547	611	1158
Излишек или недостаток собственных средств и приравненных к ним долгосрочных заемных средств ($\text{К2} = \text{СОС}_{\text{дз}} - 33$)	-547	611	1158
Излишек или недостаток общей величины основных источников формирования запасов и затрат ($\text{К3} = \text{СОС}_{\text{дкз}} - 33$)	3218	1744	-1474

Вариант 6

Наименование показателя	2014 год	2015 год	Изменени е за 2014- 2015 гг.
8. Коэффициент автономии (не менее 0,5) (стр.1 / стр.3)	0,709	0,896	0,187
9. Соотношение заемных и собственных средств (не более 1) (стр.2 / стр.1)	0,410	0,116	-0,294
10. Доля заемных средств в стоимости имущества (не более 0,5) (стр.2 / стр.3)	0,291	0,104	-0,187
11. Коэффициент обеспеченности собственными средствами (не менее 0,1) (стр.5 / стр.4)	-0,143	0,597	0,739
12. Коэффициент маневренности (не менее 0,2) (стр.5 + стр.6) / стр.1	-0,051	0,172	0,223
13. Удельный вес дебиторской задолженности в стоимости имущества (не более 0,4) (стр.7 / стр.3)	0,159	0,055	-0,104
14. Удельный вес дебиторской задолженности в стоимости оборотных средств (не более 0,7) (стр. 7 / стр.4)	0,626	0,214	-0,413

При высокой внутренней финансовой устойчивости, что подтверждается данными расчета коэффициента обеспеченности собственными средствами, ООО «Лента» в незначительной степени зависимо от внешних источников финансирования. Так, значение коэффициента автономии на конец 2015 года равно 0,896, при минимуме, равном 0,5. Это говорит, что собственный капитал составляет 89,6% в валюте баланса. При нормальной ситуации это значение не должно опускаться ниже 50%. Кроме этого, соотношение заемных и собственных средств много меньше 1, а доля заемных средств в стоимости имущества ООО «Лента» меньше 0,5. Положительным моментом в данном случае является отрицательная динамика коэффициентов. Также положительным фактом является не превышение допустимого максимума доли дебиторской задолженности, как в стоимости имущества, так и в стоимости оборотных активов. Положительным фактом является отрицательная динамика коэффициентов по данным на конец 2015 года. ООО «Лента» соблюдает норматив обеспеченности собственными средствами, но несколько не соблюдается норматив коэффициента маневренности. Это говорит о том, что предприятие имеет недостаточную долю собственных и приравненных к ним долгосрочных заемных средств в собственном капитале (в 2015 году 0,172 при минимуме, равном 0,2). Кроме этого предприятие имеет достаточную долю собственных оборотных средств в общей сумме оборотных активов. Для обеспечения рыночной и финансовой устойчивости ООО «Лента» должно повышать качество управления дебиторской задолженностью и не допускать появления зависимости от кредиторов.

Критерии оценки

При ответе на тест можно набрать 40 баллов (1 вопрос=4 балла). Одна задача максимально 60 баллов.

50-70 баллов – оценка «удовлетворительно»

71-80 баллов – оценка «хорошо»
81-100 баллов – оценка «отлично»

2.2.3.Промежуточная аттестация по МДК 02.03 Маркетинг

Проводится в форме экзамена.

Количество вариантов задания для экзаменуемого – 6.

Время выполнения задания – 2 часа.

Оборудование: ручка, калькулятор.

Вариант № 1

Задание:

Ответьте на вопросы теста:

1. Маркетинг можно определить как:

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

2. Исторической предпосылкой возникновения маркетинга является:

- а) кризис сбыта;
- б) рост производительности труда;
- в) повышение профессионализма работников сбыта;
- г) распыление промышленного и торгового капиталов.

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

- 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.

4. Что является главным в «концепции маркетинга»:

- а). снижение издержек
- б) сбыт товара
- в) установление цены товара
- г) удовлетворение потребностей потребителей

5.Идея социально-этического маркетинга отражает:

- а).создание высококачественных товаров с особыми характеристиками
- б).учет долговременных интересов общества;
- в).производство товаров с минимальными издержками;
- г).стратегию предприятия, ориентированную на потребителя.

6. Демаркетинг целесообразно использовать при:

- а).отсутствии спроса;
- б).чрезмерном спросе;

в).негативном спросе;

г).сезонном спросе.

2. Перечислите признаки, по которым можно сегментировать потребителей организации (на примере любой организации)

Вариант № 2

Инструкция для обучающихся

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания – 0,5 часа

1.Ответьте на вопросы теста:

1. В комплекс маркетинга включаются...

а). товар, цена, продвижение товара, сбыт;

б).комплекс маркетинговых мероприятий на рынке;

в). функции службы сбыта;

г). поставщики, конкуренты, клиенты.

2. Если потребитель приобретает товар, который уже достаточно долго находится на рынке, то по реакции на нововведение он относится к ...

а). пионерам;

б). новаторам;

в). раннему большинству;

г). консерваторам.

3. Изучается социальное положение, образование, доходы. Исследование маркетинга проводится по направлению...

а). конкуренты;

б). товародвижение;

в).потребители;

г).внутренняя среда.

4. К достоинствам вторичной информации относят...

а).возможное обеспечение конфиденциальности;

б).отсутствие противоречивых данных;

в).высокую скорость получения;

г).полное соответствие целям исследования

5. К комплексу маркетинга не относится ...

а).товар;

б).место торговой точки;

в).прогнозирование;

г).цена

6. К факторам макросреды не относят...

а). природные факторы;

б).конкурентов;

в).социально-культурные факторы;

г). поставщиков.

2.Ответить на вопросы кейс-ситуации:

-на какую целевую аудиторию рассчитан формат магазинов?

- где и почему располагаются торговые точки этой сети?
- какую ценовую стратегию проводят магазины этого формата?

Кейс-ситуация:

Универсальные магазины фиксированных цен придумали в Америке во второй половине девятнадцатого века. Автором концепции стал Фрэнк Вулворт со своей «империей мелочей» Five-and-dime store с товарами для дома и одеждой всего по пять и десять центов. Даже самые мелкие монетки имеют свойство накапливаться и вырастать в целое состояние — вот главный принцип Вулворта. К 1919 году его «пятицентовая» империя насчитывала более тысячи магазинов в США, Канаде и Англии, а состоянию Вулворта составляло шестьдесят миллионов долларов.

Десант магазинов фиксированных цен атаковал Россию в 2007 году — создатели «Центрообуви» Сергей Ломакин и Артем Хачатрян за семь лет открыли 1 700 магазинов сети Fix Price, 37 из которых находится в Петербурге. Горожане поначалу относились к такому формату с опаской и обходили точки с единой ценой. Сейчас же, на волне кризиса, формат fix price обрел второе дыхание — торговые точки расцвели пышным цветом на каждом шагу, а очереди в их дверях стали привычной картиной.

Вариант № 3

Инструкция для обучающихся

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания – 0,5 часа

1. Ответьте на вопросы теста:

1. К факторам микросреды маркетинга не относят...

- а).природные факторы;
- б).конкурентов;
- в).поставщиков;
- г) социально-культурные факторы.

2. На рынке представлена одна фирма, продающая конкретный товар, что соответствует...

- а).чистой конкуренции;
- б).чистой монополии;
- в).олигополистической конкуренции;
- г).монополистической конкуренции

3. Первичная информация о рынке может быть получена путём...

- а). опроса целевой аудитории;
- б). анализа справочной литературы по проблеме;
- в).анализа документов внутренней отчётности деятельности предприятия;
- г).анализа отчётов о деятельности предприятий, работающих на рынке;

4. Понятие «спрос» как ключевая категория маркетинга, непосредственно связано со следующими понятиями...

- а).цена;
- б).потребность;

- в).конкурентоспособность;
 г).платёжеспособность.
5. Ремаркетинг на рынке приводит к ...
 а). колебаниям спроса;
 б).потенциальному спросу;
 в).негативному спросу;
 г).снижению спроса.
6. Современной концепции маркетинга соответствует ориентация на ...
 а). эффективную рекламную деятельность;
 б).эффективный сбыт;
 в).требования рынка и нужды потребителей;
 г). достижения НТП.

2. Выполните сегментирование рынка:

- по двум критериям: возрасту и годовому доходу покупателя
- Представьте решение графически – определите границы целевого сегмента и его долю в общем объеме продаж
- Выберите сегменты, на которые предприятию следует направить максимальные усилия и ресурсы

	Возраст покупателей	20-25 лет	26-30 лет	31-40 лет	41-50 лет	51-60 лет	Свыше 60 лет	Итого, тыс.шт
Годовой доход, тыс.д.е.								
До 5		6	7	5	7	7	19	
6-10		10	15	10	8	8	5	
11-15		12	32	27	24	13	6	
16-20		4	19	24	23	10	2	
21-25		1	6	11	12	5	2	
Свыше 25		-	-	3	3	2	-	
Итого, тыс. шт.								

Вариант № 4

Инструкция для обучающихся

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания – 0,5 часа

1. Ответьте на вопросы теста:

- В маркетинге товар понимается как?
 - продукт, произведенный для обмена;
 - физический объект;
 - набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя;
 - все ответы верны.

2.Рыночный сегмент — это:

- а).группа потребителей с однотипной реакцией на предлагаемый товар и инструменты маркетинговой деятельности;
- б).часть рынка, на котором реализуется весь товар предприятия;
- в). часть рынка, на котором реализуется определенная группа товаров

3.Рекламная программа какого-либо продукта начинается:

- а). с расчета бюджета рекламной кампании;
- б).с определения источника финансирования рекламной кампании;
- в).с определения целей рекламной кампании;
- г). с разработки текста рекламы

4. Конкурентоспособность – это:

- а).высокое качество продукта;
- б).низкая цена продукта;
- в).способность продукта быть проданным среди аналогов;
- г).оптимальное соотношение «цена – качество».

5. Условием эффективности сегментации является:

- а).существенный размер предприятия;
- б).измеримость сегмента, его доступность и выгодность;
- в).применение статистических методов группировки;
- г).применение маркетинговых исследований при разработке стратегии.

6. Покупатель заинтересован приобрести товар по цене:

- а).предложения;
- б).спроса;
- в).реализации;
- г).жестко фиксированной

2.Впишите задачи по управлению спросом организации.

Виды спроса	Задачи по управлению спросом
1.полноценный спрос	
2.падающий спрос	
3.отрицательный спрос	
4.скрытый спрос	
5.отсутствующий спрос	
6.чрезмерный спрос	
7.нерегулярный спрос	
8.нерациональный спрос	

Вариант № 5

Инструкция для обучающихся

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания – 0,5 часа

1.Ответьте на вопросы теста:

1. На какой фазе жизненного цикла товара фирма получает максимальную прибыль:

- а) спад

- б) рост
- в) зрелость
- г) насыщение рынка

2. К какой функции относится изучение конкурентов:

- а) сбытовой
- б) управления и контроля
- в) производственной
- г) аналитической

3.Спрос на товар (услугу) как категория маркетинга – это:

- а).нужда в конкретном виде продукции;
- б).потребность в товаре (услуге);
- в).потребность, которая может быть оплачена покупателем;

4.Когда потребители не могут удовлетворить свои запросы с помощью существующих товаров, говорят о:

- а).скрытом спросе;
- б).отрицательном спросе;
- в).чрезмерном спросе;
- г).нерегулярном спросе.

5.Вход конкурентов значительно затруднен на рынке:

- а).совершенной конкуренции;
- б).монополистической конкуренции;
- в).олигополистическом;
- г).чистой монополии.

6.Процесс маркетингового исследования сферы услуг начинается:

- а).формулирования проблемы и целей исследования;
- б).выбора методов исследования;
- в).выбора направления исследования;
- г).анализа ответов по теме исследования.

2.Раскройте сущность позиционирования товара на рынке

Проанализируйте (на примере конкретной организации) - На какой стадии «жизненного цикла» находится продукт (товар или услуга) организации и какие задачи по маркетинговому подходу решают на данной стадии ?

Эталоны ответов. Критерии оценки

Вариант 1.

1.Ответы на вопросы теста

1	Г
2	А
3	В
4	Г
5	Б
6	Б

Методические рекомендации по оцениванию:

На выполнение теста студенту дается время (2минуты на ответ на один вопрос)

Критерии оценки итогового теста

80-100 % правильных ответов	отлично
66-79%правильных ответов	хорошо
50-65%правильных ответов	удовлетворительно
менее 50%правильных ответов	неудовлетворительно

2.На примере услуг АЗС сегментировать потребителей можно по юридическому статусу и объему покупки (заправки) – это следующие группы потребителей:

-физические лица - приобретают топливо в объеме от 5-до 50 литров

-юридические лица-организации приобретают топливо от 50 до 200 литров

Вариант 2.

1.Ответы на вопросы теста

1	А
2	Г
3	В
4	В
5	В
6	б,г

Методические рекомендации по оцениванию:

На выполнение теста студенту дается время (2минуты на ответ на один вопрос)

Критерии оценки итогового теста

80-100 % правильных ответов	отлично
66-79%правильных ответов	хорошо
50-65%правильных ответов	удовлетворительно
менее 50%правильных ответов	неудовлетворительно

2.Ответ: Сеть магазинов Fix Price – это современный формат магазина, ориентированный на целевую аудиторию с невысоким доходом- подростки, семьи с детьми, пенсионеры – так как магазин представляет продукцию по доступной цене. Для снижения издержек магазины арендуют небольшие площади в торговых центрах, для привлечения потребителей постоянно обновляют ассортимент и рекламируют товары в своих магазинах. Сеть магазинов Fix Price используют стратегию ценового проникновения.

Вариант 3.

1.Ответы на вопросы теста

1	А,г
2	Б
3	А
4	Б,г
5	Б
6	в

Методические рекомендации по оцениванию:

На выполнение теста студенту дается время (2минуты на ответ на один вопрос)

Критерии оценки итогового теста

80-100 % правильных ответов	отлично
66-79%правильных ответов	хорошо
50-65%правильных ответов	удовлетворительно
менее 50%правильных ответов	неудовлетворительно

	Возраст покупателей	20-25 лет	26-30 лет	31-40 лет	41-50 лет	51-60 лет	Свыше 60 лет	Итого, тыс. шт
Годовой доход, тыс. д. е.								
До 5		6	7	5	7	7	19	
6-10		10	15	10	8	8	5	
11-15		12	32	27	24	13	6	
16-20		4	19	24	23	10	2	
21-25		1	6	11	12	5	2	
Свыше 25		-	-	3	3	2	-	
Итого, тыс. шт.								

1. Для оценки привлекательных сегментов потребителей выделим и подсчитаем, где продажи автомобилей свыше 10 тыс. штук.

2. Определим долю продаж целевого рынка – объем продаж в выбранных целевых сегментах / объем продаж всего

Вариант 4.

1. Ответы на вопросы теста

1	В
2	А
3	В
4	В
5	Б
6	б

Методические рекомендации по оцениванию:

На выполнение теста студенту дается время (2минуты на ответ на один вопрос)

Критерии оценки итогового теста

80-100 % правильных ответов	отлично
66-79%правильных ответов	хорошо
50-65%правильных ответов	удовлетворительно

менее 50%правильных ответов	неудовлетворительно
-----------------------------	---------------------

Каждому виду спроса соответствует задача по управлению спросом

Виды спроса	Задачи по управлению спросом
1.полноценный спрос	Поддерживающий маркетинг
2.падающий спрос	Ремаркетинг
3.отрицательный спрос	Конверсионный маркетинг
4.скрытый спрос	Развивающий маркетинг
5.отсутствующий спрос	Стимулирующий маркетинг
6.чрезмерный спрос	Демаркетинг
7.нерегулярный спрос	Синхромаркетинг
8.нерациональный спрос	

Вариант 5.

1.Ответы на вопросы теста

1	в
2	г
3	в
4	а
5	в
6	а

Методические рекомендации по оцениванию:

На выполнение теста студенту дается время (2минуты на ответ на один вопрос)

Критерии оценки итогового теста

80-100 % правильных ответов	отлично
66-79%правильных ответов	хорошо
50-65%правильных ответов	удовлетворительно
менее 50%правильных ответов	неудовлетворительно

Ответ:

Позиционирование- это действия по обеспечению товару конкурентоспособного положения на рынке и поддержка этого положения с помощью маркетинговой программы. Позиционирование можно рассмотреть на примере сети магазинов «Пятерочка», когда потребители выделяют этот магазин за счет повторяющегося в рекламе слогана « Пятерочка выручает!», постоянно потребитель видит телевизионную рекламу, наружную щитовую рекламу, в которой предлагают товары по доступным ценам. Магазины этой сети расположены в «шаговой доступности» - это тоже привлекательно для потребителей. Таким образом, за счет маркетинговых программ общения с потребителем, магазин «Пятерочка» уверенно занимает конкурентную позицию среди подобного формата магазинов.

Критерии оценивания

Критерии оценивания устного опроса:

Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Критерии оценивания:

- 1) полноту и правильность ответа;
- 2) степень осознанности, понимания изученного;
- 3) языковое оформление ответа.

Оценка «5» ставится, если:

- 1) студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные;
- 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

«4» – студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «5», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

«3» – студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка «2» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Критерии оценивания письменного опроса:

Оценка "5" выставляется за безошибочную работу.

Оценка "4" выставляется при наличии в работе незначительных ошибок в понимании проблемы.

Оценка "3" выставляется при наличии в работе ряда значимых ошибок.

Оценка "2" выставляется, если вопрос не раскрыт или раскрыт неверно.

Критерии оценивания ответа на экзамене:

Оценка экзамена	Требования к знаниям на устном экзамене (зачете) по билетам
-----------------	---

Оценка экзамена	Требования к знаниям на устном экзамене (зачете) по билетам
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, умеет тесно увязывать теорию с практикой.
«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, не допуская существенных неточностей в решении тестов.
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей.
«неудовлетворительно»	Оценка выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

3. Виды работ практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю

3.1. Учебная практика:

Виды работ	Коды проверяемых результатов (ПК, ОК)
Ознакомление с финансовыми документами и отчетами. Составление перечня финансовых документов. Участие в составлении и оформлении финансовых документов. Составление приходных, расходных документов к товарному отчету. Оформление товарного отчета. Составление актов уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров.	ПК 2.3, ОК 1, ОК 2, ОК 3
Распознавание признаков платежеспособности билетов банка России и государственных казначейских билетов. Проверка денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот.	ПК 2.2. ОК 1, ОК 2, ОК 3,
Составление перечня показателей финансово-хозяйственной деятельности (ФХД). Выявление и определение наиболее значимых экономических показателей работы организации	ПК 2.4, ПК 2.9, ОК 5
Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии. Определение вида и характера спроса на товары разных поставщиков, относящихся к одному виду (не менее 10 товаров).	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.9. ОК 4. ОК 6, ОК 7
Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Участие в реализации сбытовой политики организации. Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары.	ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8. ОК 1, ОК 2
Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга). Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа суммы покупок).	ПК 2.4 ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 1 ОК7 ОК9

3.2. Производственная практика:

Виды работ	Коды проверяемых результатов (ПК, ОК, У)
Ознакомление с приемосдаточными актами при передаче материальных ценностей. Ознакомление с переоценкой и уценкой товаров. Овладение навыками оформления документов по переоценке и уценке товаров. Оформление товарных отчетов. Участие в инвентаризации и оформлении отчета	ПК2.3, ПК 2.5. ОК 1,2,3
Овладение навыками работы на машине пересчета денежных купюр. Овладение навыками проверки подлинности банкнот. Подсчет денежной выручки за день.	ПК2.2. ПК 2.8. ОК1,2,3,
Анализ динамики показателей ФХД за 6 и 12 мес. Текущего года. Оформление результатов анализа.	ПК2.4, ПК2.9, ОК9
Анализ факторов, влияющих на спрос. Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров	ПК2.6, ПК2.7, ПК2.9. ОК4. ОК5 ОК6, ОК7
Реализация стратегий ценообразования в организации. Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала. Реализация мероприятий по стимулированию потребителей. Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций.	ПК2.6. ПК2.7. ОК1, ОК2
Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту). Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и её конкурентов). Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям.	ПК2.4 ПК 2.1. ПК2.2. ОК1 ОК8 ОК9

4. Оценка результатов освоения профессионального модуля на экзамене (квалификационном)

4.1. Формы проведения экзамена (квалификационного)

Экзамен (квалификационный) проводится в накопительной форме с учетом оценок МДК, учебной и производственной практик

Итогом экзамена (квалификационного) является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен или не освоен» и оценка по пятибалльной системе.

4.2. Форма оценочной ведомости - сводная ведомость по ПМ стандартная, заполняется специалистом учебного отдела.

4.3. Форма комплекта экзаменационных материалов

Состав

I. Паспорт.

II. Задание для экзаменуемого.

III. Пакет экзаменатора.

III а. Условия.

III б. Критерии оценки.

I. ПАСПОРТ

Назначение:

КОМ предназначен для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Оцениваемые компетенции:

ПК 2.1 Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации

ПК 2.2 Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем

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

ПК 2.4 Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату

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

ПК 2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации

ПК 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений

ПК 2.8 Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации

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

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;

ЛР1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.

ЛР2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.

ЛР4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимость от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.

ЛР12 Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.

ЛР13 Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности

ЛР14 Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость

ЛР15 Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий

Задания для экзаменуемого

Билет № 1.

Инструкция: внимательно прочитайте задание;
ответьте на предложенные вопросы;
решите предложенные ситуации.

Время выполнения задания: 3 академических часа.

Вариант 1

Задание 1.

Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование сыра	Количество, (кг)	розничная цена,(руб.)
1	Швейцарский	35,7	268
2	Сливочный	28,4	253
3	Сметанковый	56,9	264
4	Голландский	34,1	275
5	Король Артур	16,3	290

Задание 2.

Оформите счет-фактуру.

Продавец - Дзержинский мясокомбинат, покупатель – магазин Перекресток.

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена, руб.
Колбаса Докторская	Кг	120,6	320,00
Колбаса Молочная	Кг	350,7	310,00
Мясо птицы охлажденное	Кг	286,1	155,50
Майонез Провансаль 0,2	Шт	40	23,50

Задание 3. Проанализировать динамику показателей финансовых результатов ООО «Каприз»

Показатель	Сумма, тыс. руб.		Отклонение	Темп роста	Темп прироста
	Прошлый период	Отчетный период			
Прибыль от продаж	41 550	45 372			
Проценты к получению	6	8			
Проценты к уплате	3 300	3 200			
Прочие доходы	1 640	2 120			
Прибыль до налогообложения					
Налог на прибыль	5 906	6 830			
Чистая прибыль					

Задание 4.

Провести анализ и оценку потенциального спроса в России по средствам для полоскания полости рта по следующим исходным данным:

- количество потенциальных пользователей – все люди старше 5 лет, т.е. приблизительно 90% населения России (население России 145млн.);
- количество ситуаций в год – предположим, что каждый потенциальный пользователь может полоскать рот два раза в год;
- объем потребления за один раз - 25 мл;
- средняя емкость одного флакона 250 мл.

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для развивающегося маркетинга?

Задание 5.

Дела швейного объединения «Элегант» некоторое время назад шли более чем плохо. Руководство фирмы в поисках вывода из создавшегося положения обратилась к специалистам по маркетингу. Специально разработанная стратегическая программа обращения к рынку подсказала, что следует заменить часть оборудования, ликвидировать не нужные участки производства, перейти на использование высококачественных тканей, активнее изменять ассортимент изделий. Главным в производстве стал дизайн, применение сервисного обслуживания во время продажи изделий, проведение демонстрации и выставок изделий, хорошая реклама. Фирма пережила второе рождение.

Вопросы:

1. Какую рыночную стратегию применяли специалисты по маркетингу?
2. Охарактеризуйте цели и направления маркетинговых исследований, проведенных маркетологами швейного объединения?
3. На какие элементы комплекса маркетинга сделан акцент?

Задание 6.

Компания А – производитель дереворежущего инструмента – проводит анализ конкурентоспособности. Её основной конкурент – компания Б. В ходе анализа были получены следующие данные:

- средняя себестоимость продукции компании А – 162 000 руб.;
- средняя себестоимость продукции компании Б – 105 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании А – 270 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании Б – 192 000 руб.

Проанализируйте конкурентную позицию компании А по отношению к компании Б. Изобразите графически позицию компании А. В каком квадранте находится компания, какова природа конкурентного преимущества компании А?

Задание 7.

Заполнить актив укрупненного бухгалтерского баланса ОАО «Артель» за первое полугодие 2010 года и сделать выводы.

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменение, тыс. руб.	Темп роста, %
	тыс. руб.	%к итогу	тыс. руб.	%к итогу		
<i>Актив</i>						
1. Внеоборотные активы	85 000		87 000			
1.1 НМА	24 000		28 000			
1.2 Основные средства	54 000		50 000			
1.3 Долгосрочные фин.	7 00		9 000			

вложения						
2. Оборотные активы	107 000		125 000			
2.1 Запасы, затраты, НДС по приобретенным ценностям	32 000		38 000			
2.2 Дебиторская задолженность	16 000		22 000			
2.3 Краткосрочные финансовые вложения	12 000		15 000			
2.4 Денежные средства	47 000		50 000			
3. Затраты в незавершенном производстве	14 000		15 000			
БАЛАНС	206 000		227 000			

Билет № 2.

Инструкция: внимательно прочитайте задание;
ответьте на предложенные вопросы;
решите предложенные ситуации.

Время выполнения задания: 3 академических часа

Задание 1. Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование колбасы	количество,(кг)	розничная цена, (руб.)
1	Докторская	125,7	248
2	Молочная	98,6	223
3	Русская	42,9	284
4	Сливочная	49,1	295
5	Телячья	126,3	320

Задание 2.Оформите товарно-транспортную накладную.

Грузоотправитель – оптовая база, грузополучатель – магазин Магнит.

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена
Крупа гречневая ядрица	кг	65	38,00
Крупа рис длиннозерный	кг	80	23,50
Сахарный песок	кг	245	26,00

Задание 3. Проанализировать затраты на 1 рубль товарной продукции

№	Показатели, тыс. руб.	План	Отчет
1	Полная себестоимость товарной продукции	5 400	5 300
2	Себестоимость товарной продукции в оптовых ценах	4 863	3 882

Задание 4.

В реализации продукции некоторой отрасли промышленности задействованы 3200 магазинов. Из них 254 магазина принимают участие в исследованиях по «панели Нильсона». Получены следующие данные:

Запас товара на складах 254 магазинов составлял на 1 сентября 6788 ед., а на 1 ноября – 6432 ед.

В сентябре эти магазины закупили 22 577, а в октябре – 20 900 ед. товара.

Необходимо рассчитать суммарную продажу данного товара за период сентябрь – октябрь во всех магазинах, используя индекс Нильсона.

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для ремаркетинга?

Задание 5.

Исходные данные:

Фирма «Смак» производит продукты питания. Из опыта работы фирма сделала вывод, что может улучшить результат своей предпринимательской деятельности, если создаст собственное производство продуктов питания из картофеля и выйдет с этим продуктом на внешний рынок.

Задание:

Какой тип маркетинговых исследований будет наиболее уместным в данной ситуации?

Какая маркетинговая информация потребуется высшему руководству фирмы «Смак»?

Определите стратегию сбыта, средства сбыта и торговых посредников для фирмы «Смак».

Какие методы стимулирования продажи товаров можно использовать в этой ситуации?

Задание 6.

Оцените конкурентоспособность Товара А, рассчитав интегральный показатель конкурентоспособности. Что можно сказать о конкурентоспособности товара А.

Технические показатели	1,2
Потребительские показатели	0,6
Ценовые показатели	0,95

Задание 7. Заполнить пассив укрупненного бухгалтерского баланса ОАО “Артель” за первое полугодие 2010 года сделать выводы об изменении структуры пассива баланса.

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменение, тыс. руб.	Темп роста, %
	тыс. руб.	%к итогу	тыс. руб.	%к итогу		
<i>Пассив</i>						
4. Капитал и резервы	108 000		111 000			
4.1 Уставный капитал	38 000		46 000			
4.2 Добавочный капитал	12 000		12 000			
4.3 Резервный капитал	18 000		20 000			
4.4 Нераспределенная прибыль	33 000		28 000			
4.5 Доходы будущих периодов	7 000		5 000			
5. Долгосрочные пассивы	6 000		4 000			
6. Краткосрочные пассивы	3 000		3 000			
6.1 Заемные средства	1 000		1 800			
6.2 Кредиторская задолженность	2 000		1 200			
БАЛАНС	117 000		118 000			

Билет № 3.

Инструкция: внимательно прочитайте задание;
ответьте на предложенные вопросы;
решите предложенные ситуации.

Время выполнения задания: 3 академических часа

Задание 1.Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование рыбы с/м	количество, (кг)	розничная цена, (руб.)
1	Хек	85,7	130
2	Горбуша	98,4	85

3	Семга	56,7	526
4	Минтай	84,6	110
5	Карп	76,3	220

Задание 2.Оформите счет-фактуру.

Продавец - Сормовская кондитерская фабрика, покупатель – магазин Карусель.

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена
Конфеты Ромашка	кг	220	250,00
Конфеты Мишка косолапый	кг	150	280,00
Конфеты Трюфель	кг	86	420,00
Шоколад Аленка 0,1	шт	340	23,00

Задание 3. Проанализировать влияние факторов на изменение уровня рентабельности. Определить:

- валовую прибыль и прибыль от продажи товаров;
- рентабельность продаж за отчетный и прошлый период;

№	Показатели	Прошлый период	Отчетный период
1	Выручка от продажи товаров	1 518 520	1 041 232
2	Себестоимость проданных товаров	130 129	904 690
3	Валовая прибыль		
4	Коммерческие расходы	955	1 123
5	Управленческие расходы	22 473	18 863
6	Прибыль от продажи товаров		

Задание 4.

По оценке специалистов, сегодня средний потребитель майонеза в России потребляет примерно 2,3 кг майонеза в год, что намного превышает аналогичный показатель в европейских странах. Россия – второй по величине рынок майонеза после США, на нее приходится 14% мирового рынка. По оценкам компании «Русагро», в России майонез потребляют 95% населения. На основании этих данных определить размер российского и мирового рынков майонеза на период анализа.

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для поддерживающего маркетинга?

Задание 5.

Исходные данные:

Энский молочный комбинат имеет основных конкурентов – молочные заводы Московской области, Ставропольского края, Краснодарского края. Отдел маркетинга молочного комбината начал свою рекламную деятельность в 2000 году с рекламным агентом «Фаворит». Реклама разрешалась в специальных изданиях, нацеленных на оптовиков и регионы. Объемы продаж увеличились на 15-25 %. В 2001 году молочный комбинат сменил рекламное агентство, которое полностью изменило рекламную компанию. Были разработаны новый фирменный стиль для документации, новая одежда для сотрудников, изменился фирменный знак, дизайн упаковки. Серия молочных продуктов получила название: «Иван Поддубный», а рекламный слоган стал звучать так: «Если это пил Иван, значит, можно пить и Вам».

Задание:

1. Маркетинговые исследования каких факторов маркетинговой среды были проведены отделом маркетинга молочного комбината?
2. Какие средства продвижения использует молочный комбинат?

Задание 6.

Компания – производитель фотоаппаратов хочет оценить конкурентоспособность своей модели марки А. В качестве образца она берет модель компании – конкурента. Далее компания выбирает ряд показателей, характеризующих конкурентоспособность модели, а затем формирует индексы (относительные значения) каждого показателя. Результат такого исследования приведен ниже.

Частные показатели:

- эффективное расширение матрицы – индекс 0,9;
- максимальное разрешение – 0,8;
- оптическое увеличение – 1,0;
- диагональ ЖК-дисплея – 0,7;

- объем карты памяти – 0,6;
- эстетика оформления – 0,3;
- гарантийный срок – 0,5;
- цена покупки – 0,8;
- эксплуатационные расходы – 0,4.

Что означают показатели «расширения матрицы и объем карты памяти»?

По каким критериям можно сгруппировать интегральный показатель?

Проведите расчет для технической группы показателей.

Задание 7. На основании данных актива аналитического баланса - нетто дайте оценку структуре имущества организации.

Наименование статей актива	Сумма, тыс. руб.		Отклонение в абсолютной величине	темпы, %	
	на начало периода	на конец периода		роста	прироста
1 Основные средства и прочие внеоборотные активы	56000	60000			
2 Запасы и затраты	12 000	14000			
3 Денежные средства, расчеты и прочие активы	25 000	22 000			
3.1 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	15 000	12000			
3.2 Дебиторская задолженность	3 000	5 500			
3.3 Прочие оборотные активы	7 000	4 500			
Баланс	93 000	96000			

Билет № 4.

Инструкция: внимательно прочитайте задание;
ответьте на предложенные вопросы;
решите предложенные ситуации.

Время выполнения задания: 3 академических часа

Задание 1. Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование конфет	Количество, (кг)	розничная цена, (руб.)
1	Красная шапочка	120	350
2	Ромашка	198	250
3	Белочка	412	330
4	Сливочные	49	220
5	Теремок	116	320

Задание 2. Оформите товарно-транспортную накладную.

Грузоотправитель – оптовая база, грузополучатель – магазин «Овощи»

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена
Морковь ст.	кг	265,5	35,00
Картофель ст.	кг	680,9	13,50
Капуста св.	кг	245,2	16,00

Задание 3. Проанализировать состав, движение и состояние основных средств

№	Показатели, тыс. руб.	Сумма на начало года	За отчетный год		Сумма на конец года
			введено	выбыло	
1	Основные средства	38 000	7500	2 800	
2	Износ основных средств	4 000	-	-	4 500

Задание 4.

В реализации продукции некоторой отрасли промышленности задействовано 5000 магазинов. Из них 200 магазинов принимают участие в исследованиях по «панели Нильсона». Получены следующие данные:

- запас некоторого товара на складах этих 200 магазинов составлял на 1 января 9362 ед., а на 1 апреля 8522 ед.;
- в январе эти магазины закупили 24 800 единиц товара, в феврале – 20 960, а в марте – 25 000 ед. товара.

Рассчитайте суммарную продажу этого товара за период сентябрь – октябрь во всех магазинах, реализующих продукцию отрасли, используя индекс Нильсона.

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для демаркетинга?

Задание 5.

Исходные данные:

Кондитерская фабрика «Мир» в течении одного года полностью перестроила свой производственный цикл, установив современное оборудование и применяя современную технологию. За этот период фабрика утратила рынок сбыта, на котором обосновались иностранные предприятия. Разрабатывая маркетинговую программу, маркетологи решили обратить особое внимание на восстановление прежнего имиджа и торговой марки фабрики. Новые технологии позволяют кондитерской фабрике расширить ассортимент выпускаемой продукции.

Задание:

1. Какой тип маркетинговых исследований был применен маркетологами фабрики?
2. Предложите маркетинговые мероприятия, которые необходимо провести фабрике.
3. Какие мероприятия по формированию общественного мнения необходимы?

Задание 6.

Компания А – производитель дереворежущего инструмента – проводит анализ конкурентоспособности. Её основной конкурент – компания Б. В ходе анализа были получены следующие данные:

- средняя себестоимость продукции компании А – 185 000 руб.;
- средняя себестоимость продукции компании Б – 110 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании А – 290 000 руб.;

- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании Б – 202 000 руб.

Проанализируйте конкурентную позицию компании А по отношению к компании Б. Изобразите графически позицию компании А. В каком квадранте находится компания, какова природа конкурентного преимущества компании А?

Задание 7. На основании данных пассива аналитического баланса - нетто дать оценку структуре источников средств организации.

Наименование статей актива	Сумма, тыс. руб.		Отклонение в абсолютной величине	темпы, %	
	на начало периода	на конец периода		роста	прироста
3 Источники собственных средств	65 000	70 000			
4 Кредиты банков и займы	25 000	30 000			
4.1 Долгосрочные кредиты банков и займы	15 000	20 000			
4.2 Краткосрочные кредиты банков и займы	10 000	10 000			
5 Кредиторская задолженность и прочие пассивы	18 000	22 000			
5.1 Кредиторская задолженность	13 000	16 000			
5.2 Прочие краткосрочные обязательства	6 000	6 000			
Баланс	108 000	122 000			

ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА

Условия проведения экзамена.

Время выполнения задания: 3 академических часа

Количество вариантов задания для экзаменуемых - 4 варианта.

Оснащение: экзаменационные задания, бумага формата А-4, канцелярские принадлежности, действующая нормативно - техническая документация, эталоны ответов.

Эталоны ответов.

1 вариант.

Задание № 1

Общая сумма по инвентаризационной ведомости – 45 960,7 руб.

- 1) Швейцарский = $35,7 \times 268 = 9567,6$ руб
- 2) Сливочный = $28,4 \times 253 = 7185,2$ руб
- 3) Сметанковый = $56,9 \times 264 = 15021,6$ руб
- 4) Голландский = $34,1 \times 275 = 9377,5$ руб
- 5) Король Артур = $16,3 \times 290 = 4808,5$ руб
- 6) Общая сумма инвентаризационной ведомости

$$9567,6 + 7185,2 + 15021,6 + 9377,5 + 4808,5 = 45\,960,7 \text{ руб.}$$

Задание № 2

Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет счет-фактуру.

Ответы по строчкам:

- 1) Колбаса Докторская = $120,6 \times 320,00 = 38\,592$ руб.
- 2) Колбаса Молочная = $3550,7 \times 310,00 = 1\,087\,117$ руб.
- 3) Мясо птицы охлажденное = $286,1 \times 155,50 = 44\,488,55$ руб.
- 4) Майонез Провансаль 0,2 = $40 \times 23,50 = 940$ руб.

$$\text{Общая сумма: } 38\,592 + 1\,088\,717 + 44\,488,55 + 940 = 192\,737,55 \text{ руб.}$$

Задание № 3

Показатель	Сумма, тыс. руб.	отклонение	Темп роста	Темп прироста
------------	------------------	------------	------------	---------------

	Прошлый период	Отчетный период			
Прибыль от продаж	41 550	45 372	3 822	109,20	9,20
Проценты к получению	6	8	2	133,33	33,33
Проценты к уплате	3 300	3 200	-100	96,97	-3,03
Прочие доходы	1 640	2 120	480	129,27	29,27
Прибыль до налогообложения	39 896	44 300	4 404	111,04	11,04
Налог на прибыль	5 906	6 830	924	115,65	15,65
Чистая прибыль	33 990	37 470	3 480	110,24	10,24

Задание № 4

Решение:

- Определяем количество потенциальных пользователей.
 $145 \times 0,9 = 130,5$ млн.
- Определяем количество ситуаций использования средства для полоскания полости рта в год.
 $130,5 \times 10^6 \times 2 \times 365 = 95$ млрд раз в год
- Определяем потенциальный спрос
 $95 \times 25 / 250 = 9,5$ млрд флаконов в год.

- 1) Конкурсы, премии, купоны, пробные образцы, скидки, подарки.
- 2) Скрытый спрос.

Задание №5.

- 1) Основные маркетинговые исследования маркетологами швейного объединения были направлены на изучение товара, которые включают:

- его новизну;
 - конкурентоспособность;
 - соответствие ГОСТам;
 - степень удовлетворенности потребностей покупателей.
- 2) Цели маркетинговых исследований в данном случае были аналитическими, т.е. выяснялись причины лежащие в отрицательной работе фабрики, поиск выхода из создавшегося положения.
- 3) Акцент в данной ситуации сделан на продукт, как на один из составляющих комплекса маркетинга, который включает: дизайн, сервисное обслуживание, а так же продвижение: проведение демонстрации, выставок, рекламы.

Концепция совершенствования товара, т.к. производители направили свои усилия на повышение качества своего товара, несмотря на более высокие издержки, а следовательно и цены. В данном случае на лицо товарно - ориентированный вид маркетинга и стимулирующий тип маркетинга.

Задание 6.

- 1) Определяем относительную себестоимость продукта компании А = себестоимость продукции компании А / себестоимость аналогичного продукта компании Б:
 $162\,000 / 105\,000 = 1,5$
- 2) Определяем показатель относительно приемлемой цены = приемлемая цена на продукт компании А / на приемлемую цену аналогичного продукта компании Б:
 $270\,000 / 192\,000 = 1,4$
- 3) Вставить схему. (стр 34 Лукина.)
 Данное расположение товара означает - товары обладают высокой рыночной силой, но производятся с более высокими издержками. Главное в этой ситуации - чтобы цена покрывала более высокие, чем у конкурента издержки.

Задание № 7

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменение	Темп роста, %
	тыс. руб.	%к	тыс.	%к		

<i>Актив</i>		итогу	руб.	итогу		
1. Внеоборотные активы	85 000	41,26	87 000	38,33	2 000	102,35
1.1 НМА	24 000	11,65	28 000	12,33	4 000	116,67
1.2 Основные средства	54 000	26,21	50 000	22,03	-4 000	92,59
1.3 Долгосрочные фин.вложения	7 000	3,40	9 000	3,96	2 000	128,57
2. Оборотные активы	107 000	51,94	125 000	55,07	18 000	116,82
2.1 Запасы, затраты, НДС по	32 000	15,53	38 000	16,74	6 000	118,75
2.2 Дебиторская задолженность	16 000	7,77	22 000	9,69	6 000	137,50
2.3 Краткосрочные финансовые вложения	12 000	5,83	15 000	6,61	3 000	125,00
2.4 Денежные средства	47 000	22,82	50 000	22,03	3 000	106,38
3. Затраты в незавершенном	14 000	6,80	15 000	6,61	1 000	107,14
БАЛАНС	206 000	100,00	227 000	100,00	21 000	110,19

2 вариант.

Задание № 1

Общая сумма по инвентаризационной ведомости – 120 245,5 руб.

1) Докторская = $125,7 \times 248 = 31\,173,6$ руб.

2) Молочная = $98,6 \times 223 = 21\,987,8$ руб.

3) Русская = $42,9 \times 284 = 12\,183,6$ руб.

4) Сливочная = $49,1 \times 295 = 14\,484,5$ руб.

5) Телячья = $126,3 \times 320 = 40\,416$ руб.

6) Общая сумма инвентаризационной ведомости

$$31173,6 + 21987,8 + 12183,6 + 14484,5 + 40416 = 120\,245,5$$

руб.

Задание № 2

Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет товарно-транспортную накладную.

Ответы по строчкам:

1) Крупа гречневая ядрица = $65 \times 38,00 = 2\,470$ руб.

2) Крупа рис длиннозерный = $80 \times 23,50 = 1\,880$ руб.

3) Сахарный песок = $245 \times 26,00 = 6\,370$ руб.

Общая сумма: $2470 + 1880 + 6370 = 10\,720$ руб.

Задание № 3

Затраты на 1 руб. ТП (пл) = $5400/4863 = 1,1104$ р/р или 111,04 коп/руб.

Затраты на 1 руб. ТП (факт) = $5300/3882 = 1,3653$ или 136,53 коп/руб.

Δ Затраты на 1 руб. ТП = $136,53 - 111,04 = 25,49$ коп/руб.

Или в % $25,49/111,04 \times 100 = 22,96\%$

Причины отклонений:

1. Увеличилась себестоимость товарной продукции;
2. Возможно снизились цены на товарную продукцию;
3. Изменилась структура производства в сторону менее рентабельной продукции.

Задание № 4

Решение. Продажи товаров за период сентябрь – октябрь в 254 магазинах будут =

Запас товара на начало периода выборки	+	закупки товара магазинами за исследуемый период	–	запас товара в магазинах выборки на конец периода	=
6788	+	22 577 + 20 900	-	6432	= 43833

1. Конкурсы, премии, купоны, пробные образцы, скидки, подарки.
2. Падающий спрос.

Задание №5.

1. Тип маркетинговых исследований – рыночный, т.к. производитель хочет сориентироваться относительно рынков, на которых он может реализовывать свою продукцию, а так же изучить факторы, воздействующие на данные рынки.
2. Высшему руководству потребуется как вторичная так и первичная информация, хотя это длительное и дорогостоящее дело, требующие труда опытных специалистов. Но без ее учета невозможно принять обоснованные решения. Информация должна быть: полной, надежной, достоверной, актуальной, иметь целевую направленность.
3. В данном случае имеет место интенсивное распределение. При такой стратегии производитель стремиться обеспечить наличие своих товаров в максимально большом количестве любых торговых точек, чтобы обеспечить максимальных охват рынка.
При сбыте можно использовать каналы всех уровней: нулевого, одноуровневого, двухуровневого и т.д. В качестве посредников можно воспользоваться услугами дилера, дистрибьютора, агента, брокера, комиссионера.
4. Основные методы стимулирования: ведение рекламных кампаний, мерчандайзинг, паблик рилейшенз.

Задание № 6.

- 1) Такая группировка показывает что по техническим показателям товар А превосходит конкурента на 20 %, но по потребительским - составляют только 60 % а ценовым – 95 %
- 2) Теперь можно рассчитать интегральный показатель конкурентоспособности товара: $(1,2 + 0,6 + 0,95) / 3 = 0,92$

На основании этого можно сделать вывод, что товар соответствует товару конкурента на 92%. Наиболее низкий уровень получен по потребительским параметрам.

Задание № 7

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменение, тыс. руб.	Темп роста, %
	тыс. руб.	%к итогу	тыс. руб.	%к итогу		
<i>Пассив</i>						
4. Капитал и резервы	108 000	92,31	111 000	94,07	3 000	102,78
4.1 Уставный капитал	38 000	32,48	46 000	38,98	8 000	121,05
4.2 Добавочный капитал	12 000	10,26	12 000	10,17	0	100,00
4.3 Резервный капитал	18 000	15,38	20 000	16,95	2 000	111,11
4.4 Нераспределенная прибыль	33 000	28,21	28 000	0,00	-5 000	84,85
4.5 Доходы будущих периодов	7 000	5,98	5 000	4,24	-2 000	71,43
5. Долгосрочные пассивы	6 000	5,13	4 000	3,39	-2 000	66,67
6. Краткосрочные пассивы	3 000	2,56	3 000	2,54	0	100,00
6.1 Заемные средства	1 000	0,85	1 800	1,53	800	180,00
6.2 Кредиторская задолженность	2 000	1,71	1 200	1,02	-800	60,00
БАЛАНС	117 000	100,00	118 000	100,00	1 000	100,85

3 вариант.

Задание № 1

Общая сумма по инвентаризационной ведомости – 75 421,2 руб.

1) Хек = $85,7 \times 130 = 11\,141$ руб.

2) Горбуша = $98,4 \times 85 = 8\,364$ руб.

3) Семга = $56,7 \times 526 = 29\,824,2$ руб.

4) Минтай = $84,6 \times 110 = 9\,306$ руб.

5) Карп = $76,3 \times 220 = 16\,786$ руб.

6) Общая сумма инвентаризационной ведомости:

$$11\,141 + 8\,364 + 29\,824,2 + 9\,306 + 16\,786 = 75\,421,2 \text{ руб.}$$

Задание № 2

Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет счет-фактуру.

Ответы по строчкам:

1) Конфеты Ромашка = $220 \times 250,00 = 55\,000$ руб.

2) Конфеты Мишка косолапый = $150 \times 280,00 = 42\,000$ руб.

3) Конфеты Трюфель = $86 \times 420,00 = 36\,120$ руб.

4) Шоколад Аленка 0,1 = $340 \times 23,00 = 7\,820$ руб.

$$\text{Общая сумма: } 55\,000 + 42\,000 + 36\,120 + 7\,820 = 140\,940 \text{ руб.}$$

Задание № 3

№	Показатели	Прошлый период	Отчетный период
1	Выручка от продажи товаров	1 518 520	1 041 232
2	Себестоимость проданных товаров	130 129	904 690
3	Валовая прибыль	1 388 391	136 542

4	Коммерческие расходы	955	1 123
5	Управленческие расходы	22 473	18 863
6	Прибыль от продажи товаров	1 364 963	116 556

Рентабельность продаж
(прошлый период) = 89,89 %

Рентабельность продаж (от-
четный период) = 11,19%

Δ Рентабельность продаж = $11,19 - 89,89 = - 78,7\%$

Задание № 4

Решение

- Определяем количество потенциальных пользователей.
 $145 \times 0,95 = 137,75$ млн.
- Определяем реальный спрос на майонез в России.
 $137,75 \times 2,3 = 316\,825\,000$ кг = 316 825 т.
- Определяем мировой рынок майонеза.
 $316\,825 \text{ т} \times 100\% / 14\% = 2\,263\,036$ т.

- 1) Конкурсы, премии, купоны, пробные образцы, скидки, подарки.
- 2) Стабильный спрос.

Задание №5.

1. Отделом маркетинга молочного комбината были проведены маркетинговые исследования внутренней среды предприятия. В следствии чего были изменены: фирменный стиль для документов, новая одежда сотрудников, фирменный знак, дизайн упаковки, т.е. была исследована производственная среда молочного комбината и конкуренты.
2. Средства продвижения, используемые молочным комбинатом: стимулирование спроса, реклама, пропаганда, стимулирование сбыта.

Задание № 6.

- 1) Показатель расширения матрицы означает, что оцениваемый товар на 90 % соответствует уровню товару конкурента.

2) Интегральный показатель можно рассчитать по следующим группам: технические, потребительские, ценовые. Он рассчитывается как среднее арифметическое вошедших в него показателей.

3) Показатели технической группы:

- Технические – 0,8
- Потребительские – 0,4
- Ценовые – 0,6

4) Такая группировка показывает, что по техническим показателям товар соответствует товару конкурента на 80%, но по потребительским - составляют только 40 % а ценовым – 60 %

Теперь можно рассчитать интегральный показатель конкурентоспособности товара: $(0,8 + 0,4 + 0,6) / 3 = 0,6$

На основании этого можно сделать вывод, что товар соответствует товару конкурента на 60%. Наиболее низкий уровень получен по потребительским параметрам.

Задание № 7

Наименование статей актива	Сумма, тыс. руб.		Отклонение	темпы, %	
	на начало периода	на конец периода		роста	прироста
1 Основные средства и прочие внеоборотные активы	56000	60000	4000	107,14	7,14
2 Запасы и затраты	12 000	14000	2000	116,67	16,67
3 Денежные средства, расчеты и прочие активы	25 000	22 000	-3000	88,00	-12,00
3.1 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	15 000	12000	-3000	80,00	-20,00

3.2 Дебиторская задолженность	3 000	5 500	2500	183,33	83,33
3.3 Прочие оборотные активы	7 000	4 500	-2500	64,29	-35,71
Баланс	93 000	96000	3000	103,23	3,23

4 вариант.

Задание № 1

Общая сумма по инвентаризационной ведомости – 275 360 руб.

1) Красная шапочка = $120 \times 350 = 42\,000$ руб.

2) Ромашка = $198 \times 250 = 49\,500$ руб.

3) Белочка = $412 \times 330 = 135\,960$ руб.

4) Сливочные = $49 \times 220 = 10\,780$ руб.

5) Теремок = $126 \times 320 = 37\,120$ руб.

6) Общая сумма инвентаризационной ведомости:

$$42\,000 + 49\,500 + 135\,960 + 10\,780 + 37\,120 = 275\,360 \text{ руб.}$$

Задание № 2

Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет товарно-транспортную накладную.

Ответы по строчкам:

1) Морковь ст. = $265,5 \times 35,00 = 9\,292,5$ руб.

2) Картофель ст. = $680,9 \times 13,50 = 9\,192,15$ руб.

3) Капуста св. = $245,2 \times 16,00 = 3\,923,2$ руб.

$$\text{Общая сумма: } 9\,292,5 + 9\,192,15 + 3\,923,2 = 22\,407,85 \text{ руб.}$$

Задание № 3

Стоимость основных средств на конец года = $38000 + 7500 - 2800 = 42\,700$ тыс. руб.

$\Delta \text{ОС} = 42\,700 - 38\,000 = 4\,700$ тыс. руб.

Или в %: $4700 / 38000 = 12,37\%$

Коэффициент обновления = $7500 / 42700 * 100 = 17,56\%$

Коэффициент выбытия = $2\,800 / 38\,000 * 100 = 7,37\%$

Коэффициент износа (нач.) = $4\,000 / 38\,000 * 100 = 10,53\%$

Коэффициент износа (конец) = $4\,500 / 42\,700 * 100 = 10,54\%$

Вывод: коэффициент износа на конец года повысился, значит техническое состояние основных средств ухудшилось, повысилась степень их изношенности. Но если учесть, что коэффициент обновления больше коэффициента выбытия и эта тенденция сохранится, то состояние основных средств будет улучшаться.

Задание № 4

Решение. Продажи товаров за период январь– март в 254 магазинах будут =

Запас товара на начало периода выборки	+	закупки товара магазинами за исследуемый период	–	запас товара в магазинах выборки на конец периода	=
9362	+	20 800 + 20 960 + 25 000	-	8522	= 71 600

1) Конкурсы, премии, купоны, пробные образцы, скидки, подарки.

2) Избыточный спрос.

Задание № 5

1) Все типы маркетинговых исследований:

- конъюнктурные;
- маркетинговые ;
- рыночные.

2) Необходимо провести:

- бенчмаркетинг – изучение опыта успешной деятельности конкурентов;
- изучить ценовую политику на рынке;
- изучить конкурентов, покупателей и их покупательскую способность.

- 3) Мероприятия по стимулированию сбыта: реклама, личные продажи, презентации, пресс- конференции, симпозиумы, публичные выступления, спонсорство.

Задание № 6

- 1) Определяем относительную себестоимость продукта компании А = себестоимость продукции компании А / себестоимость аналогичного продукта компании Б:

$$185\,000 / 110\,000 = 1,6$$

- 2) Определяем показатель относительно приемлемой цены = приемлемая цена на продукт компании А / на приемлемую цену аналогичного продукта компании Б:

$$290\,000 / 202\,000 = 1,4$$

- 3) Вставить схему. (стр 34 Лукина.)

Данное расположение товара означает - товары обладают высокой рыночной силой, но производятся с более высокими издержками. Главное в этой ситуации - чтобы цена покрывала более высокие, чем у конкурента издержки.

Задание № 7

Наименование статей актива	Сумма, тыс. руб.		Отклонение	темпы, %	
	на начало периода	на конец периода		роста	прироста
3 Источники собственных средств	65 000	70 000	5 000	107,69	7,69
4.1 Долгосрочные кредиты банков и займы	15 000	20 000	5 000	133,33	33,33
4.2 Краткосрочные кредиты банков и займы	10 000	10 000	0	100,00	0,00
5 Кредиторская задолженность и прочие пассивы	18 000	22 000	4 000	122,22	22,22

5.1 Кредиторская задолженность	13 000	16 000	3 000	123,08	23,08
5.2 Прочие краткосрочные обязательства	6 000	6 000	0	100,00	0,00

Оценка результатов освоения профессионального модуля

Результат проведения экзамена (квалификационного) с учетом результатов промежуточной аттестации по всем элементам профессионального модуля заносится в оценочную ведомость.

Итогом экзамена является однозначное решение: «Вид профессиональной деятельности освоен / не освоен».