



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

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ**

### **ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**

для специальности

**38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»**

Ижевск, 2023 г.

Практическая работа – небольшой научный отчет, обобщающий проведенную учащимся работу, которую представляют для защиты преподавателю.

В процессе практического занятия учащиеся выполняют одну или несколько практических работ (заданий) под руководством преподавателя в соответствии с изучаемым содержанием учебного материала.

На практических занятиях учащиеся овладевают первоначальными профессиональными умениями и навыками, которые в дальнейшем закрепляются и совершенствуются в процессе курсового проектирования и производственной (преддипломной) практики.

Наряду с формированием умений и навыков в процессе практических занятий обобщаются, систематизируются, углубляются и конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность и готовность использовать теоретические знания на практике, развиваются интеллектуальные умения.

Практические занятия проводятся в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

К практическим работам предъявляется ряд требований, основным из которых является полное, исчерпывающее описание всей проделанной работы, позволяющее судить о полученных результатах, степени выполнения заданий и профессиональной подготовке учащихся.

#### **Порядок проведения практических занятий:**

1. Краткий инструктаж о проведении работы, выдача методических рекомендаций по данной теме и индивидуальных заданий.
2. Практическое выполнение работы студентами.
3. Оформление отчета по практической работе.  
В случае, когда практическая работа в течение учебного занятия не выполнена, студент обязан закончить ее дома и сдать на проверку. Срок сдачи назначается преподавателем и является обязательным для студента.
4. Оценка правильности выполнения работы.

#### **Практическая работа должна содержать:**

1. Отчет по практической работе:
  - наименование темы занятия;
  - указание цели выполнения работы;
  - необходимые формулы, расчеты, графики, таблицы;
  - анализ решения задач и экономические выводы.

#### **Последовательность выполнения задания:**

Ознакомиться с рекомендациями по выполнению задания и с содержанием рекомендуемых задач.

Определить необходимые для расчета показатели.

Выполнить необходимые расчеты.

По данным расчетов сделать выводы.

### **Практические работы:**

#### **МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение**

#### **Практическое занятие № 1 Деньги, денежное обращение, проведение денежных расчетов.**

Время выполнения: 2 час.

#### **Цель практической работы:**

- а) Научиться оперировать понятиями и категориями деньги, виды денег. денежная масса, денежное обращение, формы денежного обращения
- б). Формирование практических навыков расчета показателей денежной массы: скорости обращения денег, денежных агрегатов, проведения денежных расчетов.

#### **Задания:**

**Задание 1.1** Формирование умения оперировать понятиями и категориями денег и денежного обращения

Тест 1..Подберите к каждому термину, понятию правильное определение или высказывание

1. Любое общепризнанное средство обращения и платежа, принимаемое для уплаты долгов	а/ Средство платежа.
2. Вид денег, который используется как средство обращения, а также покупается и продается как обычный товар	б/ Неразменные деньги.
3. Средство платежа, чья реальная стоимость или покупательная способность превосходит их внутреннюю стоимость	в/ Бартерная экономика.

4. Функция денег, позволяющая им быть средством, с помощью которого в экономике происходит обмен товарами и услугами	г/ Неполноценные деньги.
5. Экономика, в которой отсутствует общепризнанное средство обращения; торговля идет путем непосредственного обмена товарами и услугами	д/ Средство накопления.
6. Одна из функций денег; единица на основе которой назначаются цены и ведутся счета	е/ Товарные деньги.
7. Вид денег, который нельзя обменять на золото по официальному курсу	ж/ Мера стоимости.
8. Функция денег, позволяющая использовать их для совершения покупок в будущем.	з/ Деньги.
9. Обмен товарами, основанный на использовании денег	и/ Средство обращения.
10. Функция денег, позволяющая им быть средством для отложенных платежей	к/ Косвенный обмен.

**Тест.2 Подберите к каждому термину, понятию правильное определение или высказывание**

1. Активы, которые не обладают всеми функциями денег, но они почти также хороши, как деньги	А/ Ликвидность
2. Состоит из монет и банкнот, выпускаемых Банком России, и денег в виде депозитов на текущих, расчетных и других счетах до востребования	Б/ Неполноценные деньги
3. Степень скорости реализации актива без дополнительных издержек и условий и при уверенности в его денежной ценности	В/ «Почти деньги»
4. Деньги, которые по заявлению государства должны приниматься всеми как средство обращения и платежа и как законная форма уплаты долгов	Г/ Денежная масса
5. Средство обращения в форме долговых обязательств Банка	Д/ Агрегат

России	денежной массы М1
6. Совокупность покупательных платежных средств, обслуживающих экономическую деятельность в стране	Е/ Депозиты на текущих банковских счетах
7. Средство организации безналичных расчетов с помощью электронных терминалов	Ж/ Банкноты и монеты
8. Элемент денежного предложения, представляющий собой долговые обязательства коммерческого банка	З/ Законное платежное средство
9. Номинальная стоимость этих денег превышает их действительную стоимость	И/ Платежная банковская карточка

**Задание 1.2.** Расчет и анализ показателей, связанных с денежным обращением.

**Цель** Научиться определять показатели денежной массы в обращении, такие как денежные агрегаты, скорость обращения денежных единиц.

**Задача 1.** Рассчитать скорость оборота денег

Исходные данные : Денежная масса наличных и безналичных денег – 400 млрд. руб. Валовой внутренний продукт – 4080 млрд. руб

**Задача 2.** Рассчитать денежные агрегаты.

Агрегаты М1 и М2 . если

Наличные деньги в обращении = 40 млн. р., срочных вкладов = 10 млн. р., и вкладов до востребования - 1 млн. р.

**Методические указания по ходу выполнения Практической работы № 1 (комментарии к заданиям, к выполнению заданий):**

В первой задаче нужно найти скорость обращения денег согласно формуле Фишера ( уравнения обмена)  $MV = PQ$ , где

M- денежная масса,

V- скорость обращения денег,

P- цена товаров и тарифы услуг,

Q- количество произведенных товаров и услуг.

**Контрольные вопросы по практическому занятию № 1:**

1. Что такое денежная масса?

2. В чем сущность денежного обращения и его наличной и безналичной форм?

3. Что такое денежные агрегаты и как они рассчитываются?.

4. Денежная система, понятие, типы.

## **Практическое занятие № 2. Роль финансов в экономической системе.**

Время выполнения: 2 час.

### **Задание 1: Тест.**

1. Финансы как экономическая категория определяются:

а) системой денежных отношений в обществе по поводу образования и использования централизованных фондов денежных средств в рамках распределения и перераспределения валового национального продукта и национального дохода для решения экономических, социальных и политических задач государства;

б) системой отношений в обществе по поводу образования и использования централизованных и децентрализованных фондов денежных средств в рамках распределения и перераспределения валового национального продукта и национального дохода для решения экономических, социальных и политических задач государства;

в) системой денежных отношений в обществе по поводу образования и использования централизованных и децентрализованных фондов денежных средств в рамках распределения и перераспределения валового национального продукта и национального дохода для решения экономических, социальных и политических задач государства.

2. Сущность финансов проявляется в функциях:

- а) образования и использования денежных фондов;
- б) аккумулирующей, стимулирующей, контрольной;
- в) распределительной, контрольной и регулирующей.

3. Роль финансов в расширенном воспроизводстве заключается в:

- а) распределении;
- б) аккумулировании;
- в) регулировании.

4. Объектом финансовых отношений являются:

- а) деньги;
- б) ценные бумаги,
- в) бартерные сделки;
- г) подарки.

5. Как соотносятся категории: «Финансы» и «Деньги»?

- а) совпадают;

- б) понятие «деньги» шире понятия «финансы»;
- в) не совпадают.

7. Деньги в роли финансового ресурса выполняют функцию:

- а) всеобщего эквивалента;
- б) измерителя стоимости товаров;
- в) сбережений;
- г) инструмента распределения.

8. Контроль в финансовой сфере:

- а) направлен на выявление нарушителей закона и их наказание;
- б) проводится постоянно на основе бухучета и выявляет прибыли и убытки;
- в) проводится только уполномоченными правительством лицами;
- г) осуществляется любыми лицами со стороны, кто этим интересуется.

**Задание 2** Подберите каждому термину определение

**Термины:**

- а) государственный кредит;
- б) финансовая система;
- в) целевые внебюджетные фонды;
- г) экономический субъект;
- д) консолидированный бюджет;
- е) управление;
- ж) финансовый аппарат.

**Определения:**

- 1) свод бюджетов всех уровней бюджетной системы на соответствующей территории;
- 2) представляет собой совокупность приемов и методов целенаправленного воздействия на объект для достижения определенного результата;
- 3) средства федерального правительства и местных властей, связанные с финансированием расходов, не включенных в бюджет и предназначенных для реализации конституционных прав граждан на пенсионное обеспечение, социальное страхование, социальное обеспечение в случае безработицы, охрану здоровья и медицинскую помощь;
- 4) совокупность всех организационных структур, осуществляющих управление финансами;
- 5) совокупность различных сфер финансовых отношений, в процессе которых образуются и используются различные денежные фонды, т.е. реализуются функции финансов;
- б) особая форма денежных отношений между государством, юридическими и физическими лицами. При этом государство выступает в качестве заемщика средств, а также кредитора и гаранта;
- 7) юридическое или физическое лицо, являющееся носителем прав и обязанностей.

**Методические рекомендации по ходу выполнения заданий 1 и 2:**

При выполнении тестовых заданий необходимо иметь ввиду, что оба теста-закрытые, т.е. имеют только один правильный ответ

### **Задание 3. Сущность и функции финансов**

1. Подберите и проанализируйте определения финансов, приводимые в трудах экономистов.
2. Каковы объективные причины, порождающие финансы?
3. Какие условия необходимы для возникновения и функционирования финансов?
4. Как соотносятся между собой категории «финансы», «деньги», «кредит»?
5. Охарактеризуйте функции финансов.
7. Какова роль финансов в процессе создания и распределения ВВП?

### **Контрольные вопросы к практическому занятию № 2:**

1. Что представляют собой финансы как экономическая категория?
2. Какие условия необходимы для возникновения и функционирования финансов?
3. Какие функции выполняют финансы?
4. В чем заключается сущность централизованных финансов?
5. В чем заключается сущность финансовой политики государства?

Практическое занятие № 3

### **Практическое занятие № 3. Управление финансами. Оформление финансовых документов и отчетов.**

Время выполнения 4 часа.

#### **Задание 1.**

**- подготовить доклады в виде ответов на вопросы:**

1. Охарактеризуйте инфраструктуру финансовой системы России.
2. Какие подсистемы управления вам известны и в чем их особенности?
3. Какие государственные институты включены в систему управления финансами?
4. Какие формы финансового регулирования Вам известны?
5. Каковы особенности управления финансами в России на современном этапе?
6. Субъекты управления финансами – особенности?

**- защита докладов.**

#### **Задание 2.**

1. Посетить организацию торговли (по выбору учащегося) (возможна работа в подгруппах 2-3 чел.).
2. Составить перечень финансовых документов конкретной организации.
3. Составить перечень финансовой отчетности.
4. Разработать финансовый документ и составить отчет по финансам (по выбору обучающегося).
5. Составить и защитить отчет.

## Практическое занятие № 4: Характеристика сфер и звеньев финансовой системы

Время выполнения – 2 часа.

**Задание 1** Анализ структуры финансовой системы Р.Ф.  
Заполните незаполненные рамки.



### Методические указания по ходу выполнения задания 1:

1. Сначала выберите правильный ответ на вопрос::

Финансовая система состоит из следующих подсистем:

А) государственные и муниципальные финансы, финансы хозяйствующих субъектов, финансы граждан;

б) государственные и муниципальные финансы, финансы хозяйствующих субъектов;

в) государственные и муниципальные финансы, финансы хозяйствующих субъектов, страхование.

2. Заполните пустые верхние 2 рамки. Затем. Изучив теорию. Заполните остальные пустые рамки.

### Задание 2. Продолжите:

1. Каждое звено финансовой системы выполняет свои конкретные задачи и обслуживают определенную группу финансовых отношений –

2. Банковский тип финансовой системы, при котором юридические и физические лица перераспределяют НД, вкладывая свободные финансовые ресурсы в ценные бумаги? –

3. Рыночный тип финансовой системы, при котором ключевую роль в процессе перераспределения НД играют коммерческие банки -

4. Бюджетный тип финансовой системы, при котором наибольшая часть финансовых ресурсов общества изымается в централизованном порядке через бюджетную систему и внебюджетные фонды -

5. Финансы хозяйствующих субъектов имеют свою внутреннюю структуру, они подразделяются на: финансы коммерческих предприятий и финансы домашних хозяйств –
6. Основой финансовой системы являются финансы хозяйствующих субъектов, так как именно в этой сфере формируется доминирующая часть финансовых ресурсов государства -
7. К сфере централизованных финансов относятся бюджетная система и государственный и муниципальный кредит -

**Задание 3.** Проанализируйте и разработайте собственный вариант финансовой системы России с краткими характеристиками сфер и звеньев финансовой системы.

### **Вопросы для повторения**

1. Что означает слово «финансы»?
2. Назовите отличительные признаки финансов.
3. Дайте определение категории «финансы».
4. По каким признакам можно классифицировать финансовые отношения?
5. Дайте классификацию финансовых отношений по субъектам.
6. Какие денежные отношения не относятся к финансовым?
7. Какова роль финансов в системе рыночного хозяйства?
8. Перечислите функции финансов.
9. В чем суть распределительной функции финансов?
10. Назовите последовательность воспроизводственных циклов и стадий.
11. Какова роль финансов в воспроизводственном процессе?
12. Что такое финансовая система государства?
13. Что входит в состав финансовой системы РФ?

### **Контроль знаний по теме с помощью тестов**

1) Отметьте правильный ответ.

Определение финансов:

- а) денежные средства, распределяемые в народном хозяйстве, необходимые для выполнения функций и задач государства и обеспечения условий расширенного воспроизводства;
- б) система экономических отношений, связанных с формированием, распределением и использованием фондов денежных средств на основе распределения и перераспределения валового внутреннего продукта (ВВП) и национального дохода (НД) в целях выполнения функций и задач государства и обеспечения условий расширенного воспроизводства;
- в) капитальные затраты, вкладываемые в народное хозяйство на основе распределения и перераспределения ВВП и НД.

2) Отметьте правильные ответы.

Классификация финансовых отношений по уровням управления:

- а) внутриотраслевые;

- б) федеральные;
- в) субфедеральные;
- г) территориальные;
- д) внутрихозяйственные;
- е) местные.

3) Отметьте правильные ответы.

Распределительная функция финансов включает следующие положения:

- а) распределение ВВП и национального дохода;
- б) товарное распределение;
- в) межотраслевое перераспределение национального дохода;
- г) территориальное перераспределение национального дохода;
- д) направление средств в непроизводственную сферу;
- е) перераспределение трудовых ресурсов.

4) Отметьте правильные ответы.

В процессе распределения национального дохода образуются фонды:

- а) потребления;
- б) возмещения;
- в) накопления.

5) Отметьте правильные ответы.

Объективная необходимость перераспределения национального дохода вызвана необходимостью:

- а) содержания непроизводственной сферы;
  - б) обеспечения социального развития общества;
  - в) осуществления структурной перестройки народного хозяйства;
  - г) возмещения израсходованных средств производства;
  - д) распределения трудовых ресурсов.
- б) Дополните.

..... означает воссоздание израсходованных факторов производства (природных ресурсов, рабочей силы, средств производства, капитала).

7) Отметьте правильные ответы Воспроизводство может быть:

- а) простым;
- б) неизменным;
- в) расширенным;
- г) государственным.

8) Установите соответствие Стадии процесса воспроизводства:

1. Производство а) Приобретение конкретных потребительных стоимостей
2. Распределение б) Процесс создания разных видов экономического продукта
3. Обмен в) Удовлетворение производственных и личных потребностей
4. Потребление г) Разделение произведенного экономического продукта на отдельные части,
- 9) Дополните: предназначенные для передачи в

отдельные фонды

Стадия распределения осуществляется с помощью категории ...

10) Отметьте правильный ответ. Дайте определение финансовой системы государства.

а) совокупность финансовых и кредитных ресурсов, а также направлений их использования;

б) система управления финансами и кредитом, включающая органы управления финансами;

в) совокупность различных сфер и звеньев финансовых отношений, в процессе которых образуются и используются фонды денежных средств, а также органов и учреждений, регулирующих финансовую деятельность.

### **Практическое занятие № 5 Анализ структуры и источников финансирования государственного бюджета. Расчет показателей государственного бюджета**

Время выполнения: 4 час.

Задания:

**Задание 1.** Решение задач по структуре государственного бюджета.

Задача 1 Рассчитать структуру доходов и расходов областного бюджета РФ заполнить и проанализировать таблицу 5.1..

В условии задачи приведены абсолютные суммы доходов и расходов. Нужно определить долю в доходах и расходах бюджетов всех статей. Определить состояние данного бюджета.

Таблица 5.1. Доходы и расходы областного бюджета на текущий год.

Доходы и расходы областного бюджета на текущий год			
№ раздела	Наименование разделов и статей	Сумма, млн. руб.	Структура, % к итогу
<b>Доходы</b>			
1	Налоговые доходы	6656	
2	Неналоговые доходы	425	
3	Безвозмездные перечисления	1214	
	<b>ВСЕГО ДОХОДОВ</b>		100
<b>Расходы</b>			
1	Государственное управление и местное самоуправление	1130	
2	Судебная власть	12	
3	Правоохранительная деятельность, обеспечение безопасности	453	
4	Фундаментальные исследования и содействие научно-техническому прогрессу	26	
5	Отрасли хозяйства	2460	
6	Предупреждение и ликвидация чрезвычайных ситуаций	112	
7	Социальные отрасли	1516	
8	Обслуживание государственного долга	268	
9	Субвенции городам и районам	643	
10	Финансовая помощь бюджетам других уровней (трансферты)	1410	
	<b>ИТОГО РАСХОДОВ</b>		100
	Профицит(+), дефицит(-)		

Методические указания по ходу выполнения задания 1.:

В условии задачи приведены абсолютные суммы доходов и расходов. Нужно определить долю в доходах и расходах бюджетов всех статей.

Проанализируйте состояние представленного бюджета. Сделайте письменное суждение по этому поводу.

## **Задание 2**

Задача 1.

Рассчитать сумму профицита (дефицита) бюджета области, если сумма регулирующих доходов бюджета области – 300 млн. руб.. Сумма закрепленных доходов – 200 млн.руб. Сумма расходной части бюджета – 600 млн. руб.

### **Методические указания по ходу выполнения задания 2:**

Пример решения задачи: Рассчитаем сумму регулирующих доходов бюджета области, если сумма расходной части бюджета – 300 млн.руб.; сумма закрепленных доходов – 100 млн.руб.; дефицит бюджета – 40 млн.руб.

Сумма регулирующих доходов бюджета области = сумма расходной части бюджета - дефицит бюджета - сумма закрепленных доходов =  $300 - 40 - 100 = 160$  млн.руб.

### **Решение задач:**

Задача 1. Муниципальное бюджетное учреждение не получило из местного бюджета бюджетных ассигнований в полном объеме. Оно обратилось в суд с иском о компенсации в размере недофинансирования в соответствии со ст. 238 Бюджетного Кодекса РФ. Кто должен являться ответчиком по данному делу?

Задача 2. Бюджет муниципального образования принят по доходам в сумме 1 633 934 тыс. руб., и по расходам – в сумме 1 821 830 тыс. руб. Предельный размер дефицита бюджета муниципального бюджета установлен в сумме 187 896 тыс. руб. Поясните, какой принцип бюджетной системы нарушен при составлении данного бюджета.

Задача 3. Бюджет муниципального образования утвержден по доходам в сумме 2 042 663 тыс. руб., при этом собственные доходы бюджета составили 1 800 000 тыс. руб. За счет каких дополнительных видов доходов можно сбалансировать бюджет?

Задача 4. Лимит бюджетных обязательств на второй квартал финансового года доведен до бюджетного учреждения в сумме 250 тыс. руб. Однако в течение второго квартала этот лимит бюджетных обязательств не был профинансировать в полном объеме, а лишь на 50%. Недофинансирование имело место по вине органа, исполняющего бюджет. Как в данном случае должен поступить получатель бюджетных средств?

Задача 5. В законе о бюджете субъекта РФ бюджет утвержден по доходам в сумме 2040 млн. руб., а по расходам – в сумме 2240 млн. руб. Какие показатели

в законе о бюджете субъекта РФ должны быть обязательно отражены для обеспечения принципа сбалансированности бюджета?

Задание 6. Доходы бюджетов подразделяются на собственные и регулирующие. Бюджет какого уровня бюджетной системы РФ не имеет регулирующих доходов?

Задача 7. Бюджет субъекта РФ утвержден по доходам в сумме 2 042 663 тыс. руб. При этом собственные доходы составили 1 800 000 тыс. руб. За счет каких дополнительных видов доходов можно сбалансировать бюджет?

Задача 8. Бюджет субъекта РФ принят по доходам в сумме 2 000 000 тыс. руб., при этом финансовая помощь в составе доходов бюджета субъекта РФ включена в сумме 500 000 тыс. руб. Определите: а) какой максимальный размер дефицита бюджета субъекта РФ может быть в данном случае установлен в законе?; б) на какой максимальный размер расходов может рассчитывать субъект РФ в данном случае?

#### **Контрольные вопросы:**

1. Принципы формирования бюджетной системы РФ.
2. Структура доходов и расходов бюджета.
3. Бюджетный процесс, понятие, основные этапы.
4. Назовите источники формирования бюджетного дефицита.

### **Практическое занятие № 6. Расчет отчислений во внебюджетные фонды**

Время выполнения: 2 часа.

Цель работы: закрепить и углубить теоретические знания и приобрести практические умения и навыки по расчету отчислений во внебюджетные фонды.

#### **Решение задач:**

Задача 1.

Рассчитать сумму отчислений во внебюджетные социальные фонды за январь - июнь, если размер базы, на которую начислялись страховые взносы за первое полугодие составил 40 тыс.руб.

Дано: Решение:

ФОТ=40000 руб.

ПФР - ?  $\text{ФФОМС} = 0,051 * 40 = 2,04$  тыс.руб.

ФСС -?  $\text{ПФР} = 0,22 * 40 = 8,80$  тыс.руб.

ФФОМС -?

Проценты отчислений во внебюджетные фонды:

Внебюджетные фонды 2012 (30%)

1) ПФ

2) ФСС 2,9

3) ОМС 5,1

в т.ч. а) ФФОМС 5,1

Задача 2.

Рассчитать суммы взносов за 1-й квартал, если фонд оплаты труда составляет 1000000 руб., а выплаты в виде материальной помощи – 250000 руб.

Дано: Решение:

ФОТ = 1000000 руб. База = 1000+250= 1250 тыс.руб.

МП = 250000 руб. ПФР = 1250\*0,22 = 275 тыс.руб.

ФСС = 1250\*0,029 = 36,25 тыс.руб.

ПФР - ? ФФОМС = 1250\*0,051 = 63,75 тыс.руб.

ФСС - ?

ФФОМС - ?

Задача 3.

Определить денежную массу, если товары, купленные в кредит составляют 60 млрд. руб., сроки платежей наступили по товарам на сумму 4 млрд. руб, взаимопогашаемые платежи составили 20 млрд. руб., подлежит продаже товаров на 200 млрд.руб. Количество оборотов равно 8.

Дано: Решение:

$P1 = 200$  млрд.руб.  $M = (P1 - K + \Pi - B)/V$

$K = 60$  млрд.руб.  $M = (200 - 60 + 4 - 20)/8 = 15,5$  млрд.руб.

$\Pi = 4$  млрд .руб.

$B = 20$  млрд.руб.

$V = 8$  об

$M = ?$

Задача 4.

Определить денежную массу, если товары, купленные в кредит составляют 10 млрд. руб., сроки платежей наступили по товарам на сумму 4 млрд. руб, взаимопогашаемые платежи составили 2 млрд. руб., подлежит продаже товаров на 200 млрд.руб. Длительность одного оборота составляет 2,4 мес.

Дано: Решение:

$P1 = 200$  млрд.руб.  $M = (P1 - K + \Pi - B)/V$

$K = 10$  млрд.руб.  $V = 12/2,4 = 5$  об

$\Pi = 4$  млрд .руб.  $M = (200 - 10 + 4 - 2)/5 = 38,4$  млрд руб.

$B = 2$  млрд.руб.

тоб = 2,4 мес.

M=?

Задание.

1. Рассчитать отчисления во внебюджетные фонды по заданным условиям.
2. Определить денежную массу по заданным условиям.
3. Сделать выводы по работе.

### **Практическое занятие № 7 Банки и банковская система. Кредит. Формы кредита**

Время выполнения: 4 час.

Цель практической работы:

Формирование умения оперировать понятиями и категориями: банки, банковская система и ее элементы, банковские операции

**Задание № 1** Тестовое задание

Тест 1.

1. Государственный банк Российской империи был создан в ... г.
  - а) 1825
  - б) 1860
  - в) 1870
  - г) 1895
2. Первые банки современного типа возникли:
  - а) в Италии
  - б) в Германии
  - в) во Франции
  - г) на Руси
3. Банковская система США отличается от европейской:
  - а) правовым статусом эмиссионного института
  - б) правовым статусом коммерческого банка
  - в) универсализацией или специализацией денежно-кредитных институтов
  - г) широким перечнем услуг и операций
4. Современная банковская система России – это система ... типа
  - а) рыночного
  - б) распределительного
  - в) централизованного
5. Для распределительной централизованной банковской системы характерна ... на формирование банков.
  - а) олигополия государства
  - б) свобода юридических лиц
  - в) монополия государства
  - г) свобода физических лиц
6. Банковская система активно развивается в условиях ... экономики
  - а) депрессивного состояния
  - б) кризиса
  - в) подъема

7. Современная банковская система РФ:

- а) одноуровневая
- б) двухуровневая
- в) трехуровневая

.8 Юридический статус банка определяется:

- а) банковским законодательством
- б) центральным банком
- в) президентом страны
- г) парламентом государства

9 Центральные банки возникли:

- а) как коммерческие банки, наделенные правом эмиссии банкнот
- б) в результате выделения одного из подразделений министерства финансов
- в) как специально созданные для эмиссии денег государственные агентства

10. Что относится к основным инструментам денежно-кредитной политики центрального банка:

- а) обязательные (минимальны резервы) резервов валютной политики
- б) операции центрального банка на открытом рынке
- в) ключевая ставка центрального банка,
- г) все вышеперечисленное

11. При проведении политики дорогих денег (кредитной рестрикции) центральный банк:

- а) повышает ключевую ставку центрального банка,
- б) понижает ключевую ставку центрального банка .
- в) нет верного ответа

12. При проведении политики дешевых денег (экспансионистской политики) центральный банк:

- а) повышает ключевую ставку центрального банка,
- б) понижает ключевую ставку центрального банка .
- в) нет верного ответа

13. Политика открытого рынка означает покупку или продажу ЦБ ценных бумаг

- а) низкопроцентных
- б) высокопроцентных
- в) высоко надежных, главным образом, государственных ценных бумаг,

14. При увеличении нормы минимальных резервов центрального банка кредитный потенциал (источники кредитных ресурсов) коммерческого банков:

- а) снижается
- б) возрастает
- в) остается неизменным

15. За ЦБ закреплена роль:

- а) лизингового центра страны
- б) кредитора предприятий
- в) банка, осуществляющего трастовые операции
- г) казначея государства

16. Клиентами центрального банка, как правило, являются:

- а) непосредственно предприятия и организации различных секторов экономики
- б) физические лица
- в) кредитные организации
- г) все юридические лица

17. Центральный банк стимулирует денежно-кредитную эмиссию, проводя политику:

- а) кредитной рестрикции
- б) кредитной экспансии
- в) кассовых резервов

18. Уставный капитал и имущество ЦБ РФ являются ... собственностью

- а) федеральной
- б) акционерной
- в) частной
- г) совместной

19. Целью деятельности ЦБ РФ не является:

- а) выдача кредитов кредитным организациям
- б) поддержание устойчивости российского рубля
- в) кредитование физических лиц

20. В настоящее время действует ФЗ «О ЦБ РФ (Банке России)»

- а) 1990 г.
- б) 1995 г.,
- в) 2002 г.

Тест 2

Коммерческие банки и их деятельность, основные банковские операции

1. Современные коммерческие банки осуществляют обслуживание:

- а) Предприятий, организаций и населения.
- б) Только населения и центрального банка.
- в) Только предприятий и организаций.
- г) Только предприятий, организаций и центрального банка.

2. Невзирая на форму собственности при создании коммерческих банков, они являются ... субъектами.

- а) Зависимыми от правительства.
- б) Самостоятельными.
- в) Подотчетными президенту.
- г) Зависимыми от правления центрального банка.

3. Операции коммерческих банков - это конкретное проявление их:

- а) Функций.
- б) Роли в экономике.
- в) Организационно-экономической структуры.

4. Отношения коммерческих банков с клиентами в нашей стране строятся, как правило, на основе:

- а) Устного соглашения.
- б) Рекомендаций Банка России.

- в) Договоров.
  - г) Телефонных переговоров.
5. По характеру выполняемых операций банки подразделяются на:
- а) Бесфилиальные и многофилиальные.
  - б) Универсальные и специализированные.
  - в) Региональные, межрегиональные, национальные и международные.
  - г) Государственные, акционерные, кооперативные, частные и смешанные.
6. ... операции - это операции банков по привлечению денежных средств юридических и физических лиц.
- а) Трастовые.
  - б) Инвестиционные.
  - в) Ссудные.
  - г) Депозитные.
7. По сфере обслуживания банки подразделяются на:
- а) Универсальные и специализированные.
  - б) Бесфилиальные и многофилиальные.
  - в) Малые, средние, крупные, банковские консорциумы и межбанковские объединения.
  - г) Региональные, межрегиональные, национальные и международные.
8. Фондовые операции коммерческого банка - это операции по:
- а) Регулированию движения собственного капитала.
  - б) Приобретению собственного движимого имущества.
  - в) Привлечению свободных средств населения.
  - г) Купле-продаже ценных бумаг финансового рынка.
9. Клиент имеет право открывать в банке ... счетов по основной деятельности.
- а) Ограниченное количество.
  - б) Необходимое ему количество.
  - в) Не более пяти.
  - г) Не менее двух.
10. ... операции - это операции по привлечению средств банками с целью формирования их ресурсной базы.
- а) Активные.
  - б) Пассивные.
  - в) Комиссионно-посреднические.
  - г) Трастовые.

Методические рекомендации по ходу выполнения задания 1:

При выполнении тестовых заданий необходимо иметь в виду, что оба теста закрытые, т.е. имеют только один правильный ответ

**Задание 2.** Расчет задолженности по банковскому кредиту.

Задача 1

Предприятие получило кредит в размере 22 млн. руб. сроком) 90 дней) по ставке 18 % годовых.

Определить сумму причитающихся процентов

Методические рекомендации по ходу выполнения Задачи 1:

Для решения задачи 1 используйте формулу:

$$И = (Кр.в * Пв * Д) / 100\%, \quad (4)$$

где И – сумма начисленного процента по кредиту; руб.

Крв – сумма выданного кредита;

Пв – процентная ставка по кредиту;

Д – продолжительность ссуды в годах либо отношение периода пользования ссудой в днях к применяемой базе (360 или 365 дней)

Предварительно в задаче определиться: какое количество дней в году будут взяты для расчетов.

**Задание 3.** Задание на соответствие терминов и определений. Выбор форм кредита в каждом конкретном случае

Формы кредита. Указать вид кредита в каждом конкретном случае .

Укажите вид кредита в каждом конкретном случае (БК - банковский кредит; КК – коммерческий кредит; ПК - потребительский кредит; ИК – ипотечный кредит; ГК - государственный кредит; МК - международный кредит).

Результаты анализа оформите в форме: «Совершаемая операция – вид кредита».

1. Магазин продает видеоаппаратуру с рассрочкой платежа.
2. Клиент получил в банке ссуду для реализации инвестиционного проекта.
3. Россия размещает в Западной Европе свои ценные бумаги.
4. МВФ предоставил России кредит.
5. Клиент берет в банке ссуду для оплаты обучения.
6. Предприятие поставило другому предприятию. оборудование с условием оплаты его через 6 месяцев.
7. Клиент берет в банке ссуду под залог своей квартиры.
8. Коммерческий банк покупает на открытом рынке государственные ценные бумаги.
9. Банк покупает векселя.
10. Зарубежный покупатель предоставляет российскому экспортеру кредит для закупки товара.

### **Контрольные вопросы по практической работе № 7:**

1. Понятие «банка», «кредитной организации».
2. В чем сущность банковской системы?
3. Функции Центрального банка.
4. Функции коммерческого банка.
5. Дать определение активных, пассивных, посреднических операций коммерческого банка.
6. Дать экономическую сущность коммерческого, банковского, государственного, потребительского, международного кредитов.
7. Ссудный процент, виды ссудного процента

**Практическое занятие № 8 Использование нормативных правовых актов в области налогообложения, регулирующих механизм и порядок налогообложения. Ответственность за нарушение налогового законодательства**

Время выполнения – 2 часа.

Цель работы: формировать умения работы с нормативно-правовой документацией, в области налогообложения, регулирующей механизм и порядок налогообложения, развивать аналитическое мышление.

**Задание 1.** Ответьте на предложенные ниже вопросы.

Дайте понятие налогового правонарушения.

Перечислите виды ответственности за налоговые правонарушения.

Перечислите НПА, устанавливающие ответственность за налоговые правонарушения.

Перечислите случаи, в которых за налоговые правонарушения предусмотрена уголовная ответственность.

Перечислите смягчающие обстоятельства за налоговые правонарушения.

**Задание 2.** Используя положения главы 16 НК РФ составьте таблицу, содержащую виды налоговых правонарушений и ответственность за них. Таблица должна иметь следующие колонки:

Размер штрафа

1. Нарушение срока постановки на учет
2. Ведение предпринимательской деятельности без постановки на учет
3. Непредоставление в указанный срок налоговой декларации
4. Нарушение порядка предоставления налоговой декларации
5. Грубые нарушения правил учета доходов, расходов, объекта налогообложения в течение одного налогового периода
6. Грубые нарушения правил учета доходов, расходов, объекта налогообложения за срок более одного налогового периода
7. Неуплата или не полная уплата налога, совершенная по неосторожности
8. Неуплата или не полная уплата налога, совершенная умышленно
9. Неявка свидетеля без уважительных причин
10. Дача экспертом заведомо ложного заключения или переводчиком заведомо ложного перевода

**Задание 3.** Используя положения главы 16 НК РФ решите следующие задачи:

Задача 1.

Выездная налоговая проверка выявила у ООО «Север» несоответствие между методами расчета амортизационных отчислений, закрепленными в учетной политике и фактически используемыми. Данное грубое нарушение правил учета расходов повлекло за собой снижение налоговой базы по налогу на прибыль в размере 114 тыс. руб.

Выявить налоговое правонарушение и рассчитать размер санкций за него.

Задача 2.

ООО «Весна» подало декларацию по НДС за первый квартал 2011 года 14 июня. По данным налогоплательщика за налоговый период НДС входной составлял 459 тыс. руб., а выходной – 763 тыс. руб.

Выявить налоговое правонарушение и рассчитать размер санкций за него.

Задача 3.

Гражданин Егоров в 2010 году участвовал в лотерее и получил приз на сумму 380 тыс. руб.

Декларацию по НДФЛ Егоров подал своевременно – 15 марта 2011 года, а сумму причитающегося налога уплатил 29 июля 2011 года (при установленном сроке не позднее 15 июля 2011 года).

Выявите налоговое правонарушение и определите размер санкций за него.

Задача 4.

ИПБОЮЛ Сергеев является владельцем ветеринарного кабинета, в котором по данным его отчетности в последние 6 месяцев работает 3 сотрудника. Проводимая выездная проверка выявила, что в контролируемом налоговом периоде фактическая численность работников составляла 5 человек. Сергеев уплачивает ЕНВД, корректирующие коэффициенты составляют  $K_1 = 1,672$ ,  $K_2 = 1,09$ .

Выявить налоговое правонарушение в отношении исчисления ЕНВД и рассчитать размер налоговой санкции.

### **Практическое занятие № 9 Использование нормативных правовых актов в области налогообложения, регулирующих механизм и порядок налогообложения. Изучение систем налогообложения.**

Время выполнения: 4 часа.

Цель занятия: закрепление теоретических знаний и формирование практических навыков работы с нормативными документами в области учета и налогообложения, а также разработки Положения о налоговом учете организации.

Ход работы:

1. Ознакомиться с заданием.
2. Выполнить практическое задание
3. Оформить отчет

#### **Основные теоретические положения**

Налогообложение — это закрепленная действующим законодательством процедура установления, взимания и уплаты налогов и сборов, включающая в себя определение видов, величин и ставок налоговых платежей, порядок их уплаты различными субъектами.

Эта процедура в Российской Федерации регламентируется законодательством о налогах и сборах: Налоговым Кодексом РФ, законами субъектов федерации и местных органов власти в области налогообложения. Оно регулирует властные отношения по установлению, введению и взиманию налогов и сборов в Российской Федерации. Также оно применяется к отношениям, возникающим в процессе осуществления налогового контроля, обжалования актов налоговых органов, действий (бездействия) их должностных лиц и привлечения к ответственности за совершение налогового правонарушения.

Налоговым кодексом РФ предусмотрена возможность выбора системы налогообложения субъектами предпринимательской деятельности. Все они регламентируются соответствующими законодательными актами. Переход к упрощенной системе налогообложения или возврат к иным режимам осуществляется организациями и индивидуальными предпринимателями добровольно в порядке, предусмотренном главой 26 Налогового кодекса РФ.

На сегодняшний день в России можно работать в рамках следующих налоговых режимов (систем налогообложения):

ОСНО – общая система налогообложения;

УСН – упрощенная система налогообложения в двух разных вариантах: УСН Доходы и УСН Доходы минус расходы;

ЕНВД – единый налог на вмененный доход;

ЕСХН – единый сельскохозяйственный налог;

Патентная система налогообложения (только для налогообложения ИП).

Согласно ст.313 Налогового Кодекса РФ налоговый учет - это система обобщения информации для определения налоговой базы по налогу на основе данных первичных документов, сгруппированных в соответствии с порядком, предусмотренным настоящим Кодексом.

В случае, если в регистрах бухгалтерского учета содержится недостаточно информации для определения налоговой базы в соответствии с требованиями настоящей главы, налогоплательщик вправе самостоятельно дополнять применяемые регистры бухгалтерского учета дополнительными реквизитами, формируя тем самым регистры налогового учета, либо вести самостоятельные регистры налогового учета. Налоговый учет осуществляется в целях формирования полной и достоверной информации о порядке учета для целей налогообложения хозяйственных операций, осуществленных налогоплательщиком в течение отчетного (налогового) периода, а также обеспечения информацией внутренних и внешних пользователей для контроля за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью исчисления и уплаты в бюджет налога.

Система налогового учета организуется налогоплательщиком самостоятельно, исходя из принципа последовательности применения норм и правил налогового учета, то есть применяется последовательно от одного налогового периода к другому.

Порядок ведения налогового учета устанавливается налогоплательщиком в учетной политике для целей налогообложения, утверждаемой

соответствующим приказом (распоряжением) руководителя. Налоговые и иные органы не вправе устанавливать для налогоплательщиков обязательные формы документов налогового учета. Изменение порядка учета отдельных хозяйственных операций и (или) объектов в целях налогообложения осуществляется налогоплательщиком в случае изменения законодательства о налогах и сборах или применяемых методов учета. Решение о внесении изменений в учетную политику для целей налогообложения при изменении применяемых методов учета принимается с начала нового налогового периода, а при изменении законодательства о налогах и сборах не ранее чем с момента вступления в силу изменений норм указанного законодательства. В случае, если налогоплательщик начал осуществлять новые виды деятельности, он также обязан определить и отразить в учетной политике для целей налогообложения принципы и порядок отражения для целей налогообложения этих видов деятельности.

### **Практическое задание**

**Задание 1.** Составьте таблицу налогов и сборов при общей системе налогообложения, классифицируя их на федеральные, региональные и местные налоги в соответствии с Налоговым Кодексом РФ. При этом необходимо отразить: налогоплательщиков, объект налогообложения, налоговую базу, налоговые ставки, налоговый период, порядок уплаты налога.

**Задание 2.** Составьте таблицу налогов при специальных налоговых режимах: УСН, ЕНВД, ЕСХН. Укажите налогоплательщиков, ограничения по применению специальных режимов, объекты налогообложения, налоговую базу, ставки, порядок уплаты.

**Задание 3.** Разработайте Положение учетной политики предприятия о налоговом учете, в котором отразите применяемый налоговый режим, метод признания доходов и расходов организации, амортизации необоротных активов, регистры налогового учета, детализацию счета 68 «Расчеты с бюджетом».

## **Практическое занятие № 10 Решение задач по расчету НДС**

Время выполнения: 2 часа.

Решение задач:

**Задание 1.** Организацией в первом квартале реализованы молокопродукты на сумму 2 420 000 руб. (в том числе НДС). За этот же период оказаны транспортные услуги по доставке грузов другим организациям на сумму 660 800 руб. (в том числе НДС). В марте текущего года было приобретено оборудование стоимостью 354 000 руб., в том числе НДС 54 000 руб., что подтверждено счетом-фактурой.

Суммы НДС, предъявленные налогоплательщику при приобретении товаров, работ, услуг на основании счетов – фактур в первом квартале текущего года –

386 000 руб. Рассчитайте сумму НДС, подлежащую уплате в бюджет (возмещению из бюджета) за налоговый период.

**Задание 2.** Для выполнения строительно – монтажных работ для собственного потребления (строительство склада) приобретены в июле текущего года строительные материалы на сумму 708 000 руб. ( в том числе НДС, выделенный отдельной строкой в счете – фактуре 108 000 руб.). Строительные материалы использованы в третьем квартале текущего года. Рабочим, занятым на строительстве начислена заработная плата в сумме 210 000 руб., в том числе отчисления в государственные социальные внебюджетные фонды. Амортизация основных средств, используемых в процессе строительно – монтажных работ, начислена в сумме 69 000 руб.

Рассчитайте величину налоговой базы, величину налоговых вычетов и сумму НДС, подлежащую уплате в бюджет за налоговый период.

**Задание 3.** Организация реализовала промышленную продукцию в первом квартале текущего года на сумму 2 950 000 руб.( в том числе НДС ) и тетради школьные на сумму 210 000 руб. (в том числе НДС).

Реализован станок, который использовался для выпуска необлагаемой НДС продукции, на сумму 495 000 руб., включая НДС. Остаточная стоимость станка 300 000 руб.

Рассчитайте сумму НДС, начисленную в бюджет за первый квартал.

**Задание 4.** Организация применяет общий режим налогообложения и является налогоплательщиком НДС.

В текущем налоговом периоде приобретены товары у организации, не являющейся налогоплательщиком НДС, на сумму 354 000 руб.

Стоимость реализованных товаров – 472 000 руб., в том числе НДС 72 000 руб.

Рассчитайте финансовый результат от реализации товаров и сумму НДС, подлежащую уплате в бюджет за налоговый период.

Сравните с вариантом приобретения товаров у организации, являющейся налогоплательщиком НДС, на сумму 354 000 руб., в том числе НДС, выделенный отдельной строкой в счете - фактуре 54 000 руб.

### **Практическая работа № 11 Решение задач по расчету налога на прибыль**

Время выполнения – 4 часа.

#### **Решение задач:**

**Задание 1.** В первом квартале текущего года в организации произведены следующие хозяйственные операции:

1. Реализована промышленная продукция на общую сумму 205 000 руб., в том числе НДС (цены договорные, установленные с учетом рыночных цен)
2. В счет бартерного обмена ОАО «Мега» передана продукция по цене 398 000 руб., НДС 71 640 руб. (оценка по рыночным ценам 490 000 руб., расходы, связанные с производством и реализацией продукции- 420 000 руб., цена

реализации организацией однородной продукции в предыдущем месяце 482 000 руб.). От ОАО «Мега» получено топливо по цене 398 000 руб., НДС 71 640 руб.

3. Получены проценты за оказание финансовой услуги по предоставлению займа в виде имущества- 256 000 руб.

4. В январе реализован станок первоначальной стоимостью 1 060 000 руб., (износ 40%), по договорной цене 466 000 руб., НДС 83 880 руб. Оставшийся срок полезного использования 40 месяцев.

5. Получена арендная плата за помещение склада, включая НДС – 95 000 руб.

6. От НПО «Спектр» получена финансовая помощь – 200 000 руб.

7. Стоимость строительных работ, выполненных для заказчика, составила 630 000 руб.

8. Переданы в уставный капитал основные средства на сумму 456 000 руб.

9. Организацией приобретены и оплачены основные средства общехозяйственного назначения по цене 1 500 000 руб., НДС 270 000 руб., что подтверждено счетом - фактурой, введены в эксплуатацию в январе. Срок полезного использования 9 лет. В организации применяется линейный метод начисления амортизации.

10. Поставщикам уплачена сумма на основании счета - фактуры за приобретенные вспомогательные материалы- 1 115 000 руб. (включая НДС).

11. Получены проценты за коммерческий кредит, предоставленный покупателю, в сумме 47 000 руб.

12. Приобретены товары на сумму 210 000 руб.

Рассчитайте сумму прибыли, подлежащую налогообложению и сумму авансового платежа за первый квартал текущего года.

**Задание 2.** Организация оказывает транспортные услуги. В январе было заключено 5 договоров на оказание услуг. Стоимость транспортных услуг, предъявленных к оплате заказчику, а также готовность данных услуг по состоянию на 31 января составили:

Договор 1 – 150 000 руб. – не выполнен;

Договор 2 – 300 000 руб. – не выполнен;

Договор 3 – 600 000 руб. – не выполнен;

Договор 4 – 500 000 руб. – выполнен;

Договор 5 – 200 000 руб. – выполнен.

Сумма прямых расходов текущего месяца составила 360 000 руб.

Распределите прямые расходы текущего месяца и рассчитайте сумму прибыли, подлежащую налогообложению по двум вариантам:

А) в учетной политике для целей налогообложения установлен порядок распределения прямых расходов пропорционально доле незавершенных (или завершенных, но не принятых на конец текущего месяца) договоров на оказание услуг в общем объеме выполняемых в течение месяца договоров на оказание услуг;

Б) в учетной политике для целей налогообложения установлен порядок отнесения суммы прямых расходов, осуществленных в отчетном (налоговом) периоде, в полном объеме на уменьшение доходов от производства и реализации данного отчетного (налогового) периода без распределения на остатки незавершенного производства.

**Задание 3.** Организация в первом квартале текущего года выполнила работы на сумму 4 600 000 руб. (без НДС). По состоянию на 30 марта текущего года заказчиком работы приняты на сумму 2 700 000 руб. (без НДС).

За первый квартал текущего года организацией осуществлены следующие расходы:

- расходы на приобретение материалов, используемых при выполнении работ - 1 260 000 руб.;
- амортизация основных средств, непосредственно используемых при выполнении работ – 360 000 руб.;
- сумма оплаты труда работников основного производства, в том числе страховые взносы в государственные социальные внебюджетные фонды - 540 000 руб.;
- прочие расходы, связанные с выполнением работ - 1 440 000 руб.
- расходы, связанные с консервацией производственных мощностей – 150 000 руб.
- расходы по безвозмездной передаче неиспользуемых основных средств - 280 000 руб.

Согласно учетной политике прямыми расходами признаются расходы, поименованные в п. 1 ст.318 НК РФ, сумма прямых расходов распределяется на остатки НЗП пропорционально доле незавершенных (или завершенных, но не принятых на конец текущего месяца) заказов на выполнение работ в общем объеме выполняемых в течение месяца заказов на выполнение работ.

Рассчитайте сумму прибыли, подлежащую налогообложению и сумму авансового платежа за первый квартал текущего года.

**Задание 4.** Доходы от реализации продукции за текущий год – 5040000 руб. (без НДС). Расходы на производство и реализацию товаров – 3420 000 руб.

В июне текущего года доход от реализации объекта основных средств - 354 000 руб. (в том числе НДС). Первоначальная стоимость основных средств – 400 000 руб., сумма начисленной амортизации – 130 000 руб., оставшийся срок полезного использования – 6 лет.

Прибыль от реализации ценных бумаг - 490 000 руб.

Рассчитайте налоговую базу и сумму налога на прибыль организаций.

**Задание 5.** В мае текущего года организация реализовала объект основных средств за 354 000 руб. (в том числе НДС 54 000 руб.), остаточная стоимость которого по состоянию на 1 июня текущего года составляет 400 000 руб. Срок полезного использования истекает в октябре следующего года. При продаже

данного объекта были понесены расходы по погрузке и транспортировке в сумме 17 700 руб. (в том числе НДС 2 700 руб.).

Рассчитайте величину убытка от реализации объекта основных средств, включаемого в расходы при расчете суммы прибыли, подлежащей налогообложению за первое полугодие текущего года, за девять месяцев текущего года, за текущий год, а также включаемого в расходы по итогам следующего налогового периода.

**Задание 6.** В сентябре во время массовой рекламной компании организация вручила победителям розыгрышей продукцию на сумму 340 000 руб. Доходы от реализации за 9 месяцев текущего года составили 25 500 000 (без учета НДС).

Рассчитайте величину расходов на рекламу товаров, учитываемую для целей налогообложения прибыли организации.

**Задание 7.** Организация выявила в результате проведения инвентаризации по итогам года излишки запасных частей. Рыночная цена запасных частей – 65 000 руб. Балансовая стоимость аналогичных запчастей – 45 000 руб. Запчасти реализованы по цене 65 000 руб., НДС – 11 700 руб.

Рассчитайте налоговую базу и сумму налога на прибыль организаций по данной операции.

**Задание 8.** Решением общего собрания участников ООО прибыль, остающаяся после налогообложения в сумме 900 000 руб. распределяется между двумя участниками – юридическими лицами (по 50% в соответствии с долей в складочном капитале). Дата проведения общего собрания участников – 30 июня текущего года, дата выплаты дохода – 15 июля текущего года.

Рассчитайте сумму налога на прибыль организаций, удержанную с дивидендов. Укажите срок перечисления в бюджет налога на прибыль налоговым агентом.

**Задание 9.** В организации доходы от реализации товаров за текущий год – 4 340 000 руб. (без НДС).

Расходы организации на производство продукции – 2 730 000 руб., в том числе расходы на изготовление призов, вручаемых во время проведения рекламной компании – 91 000 руб.

В сентябре был реализован автомобиль по цене 289 000 руб. (без НДС), первоначальная стоимость 480 000 руб., сумма начисленной амортизации – 128 000 руб., оставшийся срок полезного использования – 34 месяца.

По итогам прошлого налогового периода был получен убыток – 590 000 руб.

Рассчитайте налоговую базу и сумму налога на прибыль организаций за текущий год.

**Задание 10.** Российской организацией от организации, владеющей 50% ее уставного капитала, безвозмездно получен объект основных средств, рыночная цена которого 950 000 руб. (в т.ч. НДС). По данным налогового учета передающей стороны остаточная стоимость объекта 830 000 руб.

Доходы от реализации покупных товаров - 10 240 000 руб. (в т.ч. НДС). Покупная стоимость реализованного товара, включая транспортные расходы, составляет 8 000 000 руб., без НДС. Расходы на продажу товаров - 450 000 руб. Доходы и расходы организация определяет по методу начисления. Рассчитайте налоговую базу и сумму налога на прибыль организаций.

**Задание 11.** Организация осуществляет оптовую и розничную торговлю. В отношении розничной торговли организация уплачивает ЕНВД.

За первый квартал общий объем доходов от реализации товаров составил 2 700 000 руб. (без НДС), в том числе доходы от розничной торговли – 810 000 руб. В феврале общий объем доходов от реализации товаров – 1 000 000 руб. (без учета НДС).

Величина расходов на содержание административно- управленческого персонала 180 000 руб.

Рассчитайте сумму расходов на содержание административно- управленческого персонала, учитываемую при расчете налоговой базы по налогу на прибыль организаций.

## **Практическое занятие № 12 Расчет налога на доход с физических лиц**

Время выполнения – 2 часа.

### **Основные теоретические положения**

НДФЛ и налог на прибыль являются федеральными, прямыми налогами.

Налогоплательщики НДФЛ включают две группы физических лиц:

- 1) налоговые резиденты - физические лица, фактически находящиеся на территории Российской Федерации более 183 дней в календарном году;
- 2) физические лица, не являющиеся налоговыми резидентами (нерезиденты), т.е. фактически находящиеся на территории Российской Федерации менее 183 дней в календарном году.

В зависимости от статуса налогоплательщика объектом налогообложения признается:

- 1) для налоговых резидентов - доход, полученный от источников в Российской Федерации и (или) за ее пределами;
- 2) для нерезидентов - доход, полученный от источников в Российской Федерации.

НК выделяет три формы доходов: доходы в денежной форме; доходы в натуральной форме; доходы в виде материальной выгоды.

Налоговая база представляет собой стоимостную характеристику (точнее - денежное выражение) доходов налогоплательщика, полученных в налоговом периоде (в календарном году): от всех источников - для налоговых резидентов; от источников в Российской Федерации - для лиц, не являющихся налоговыми резидентами. При определении налоговой базы учитываются все доходы налогоплательщика, полученные им или право на распоряжение которыми у него возникло в налоговом периоде (календарном году). Налоговая база определяется отдельно по каждому виду доходов, в отношении которых установлены различные налоговые ставки.

НК предусматривает общую ставку в размере 13% и три специальные ставки. Основным видом доходов, облагаемым по общей ставке является заработная плата и другие выплаты по трудовым договорам и договорам ГПХ. Обязанность по удержанию и перечислению в бюджет НДФЛ в данном случае возлагается на налогового агента – работодателя.

Сумма налога исчисляется как соответствующая налоговой ставке процентная доля налоговой базы. Если в течение налогового периода налогоплательщик получил доходы, облагаемые по различным ставкам, то налоговая база определяется и налог исчисляется отдельно по доходам, облагаемым по ставкам 13%, 35%, 30% и 9% соответственно. При этом налоговые вычеты применяются исключительно к доходам, облагаемым по налоговой ставке в 13%. Для доходов, в отношении которых предусмотрены иные налоговые ставки (30%, 35% и 9%), налоговая база определяется как денежное выражение таких доходов, подлежащих налогообложению; при этом налоговые вычеты не применяются. Таким образом, налоговые вычеты предоставляются только физическим лицам, являющимся налоговыми резидентами РФ.

**Задание 1.** Определить НДФЛ по каждому сотруднику и общую сумму НДФЛ за январь т.г., оформить расчетную ведомость Т-51, отразить начисление доходов работникам, удержание и перечисление НДФЛ в бюджет на счетах бухгалтерского учета в журнале хозяйственных операций.

Исходные данные:

Таблиц – Данные об оплате труда персонала ООО «Мебель-сервис» за январь тек.года

Таб. №

ФИО

Должность

Заработная плата

Другие выплаты

Примечание

001

Иванов П.П.

Директор

51000,00

Командиро-вочные 8000,00

3 ребенка: 2 года, 14 лет, 18 лет (студент дневного отделения)

002

ФИО студента

Гл. бухгалтер

38200,00

-

-

003

Сидоров А.А.

Зав. производством

26500,00

Отпускные 12000,00

1 ребенок

004

Захарова И.И.

Менеджер по сбыту

22000,00

Больничные за 5 дней- 8200,00, мат.пом.-

4000,00

Мать-одиночка,

2 ребенка: 12 лет, 15 лет

005

Петров А.С.

Рабочий

24600,00

Премия

20%

**Задание 2.** Рассчитайте налоговую базу и сумму налога на доходы физических лиц за каждый месяц налогового периода.

Работнику организации начислена оплата труда: за январь - 7 000 руб., за февраль - 10 000 руб., за март - 15 000 руб., за апрель - 16 000 руб.

В январе начислено пособие по временной нетрудоспособности - 6 000 руб.

В марте начислена материальная помощь для оплаты обучения - 7 000 руб.

В апреле за работника оплачена стоимость санаторно - курортной путевки - 18 000 руб.

Представлено заявление работника на стандартные налоговые вычеты. Работник состоит в браке и имеет двух несовершеннолетних детей.

**Задание 3.** Рассчитайте налоговую базу и сумму налога на доходы физических лиц.

В январе физическому лицу продана продукция собственного производства организацией, являющейся взаимозависимой по отношению к данному лицу, на сумму 16 000 руб., в том числе НДС 2 441 руб.

Цена реализации сторонним покупателям 21 000 руб., включая НДС, что соответствует рыночной цене на данную продукцию. Себестоимость продукции - 17 000 руб.

По договору аренды автомобиля физическому лицу начислена арендная плата 3 000 руб.

Заявление на стандартные налоговые вычеты не представлено. Физическое лицо имеет одного ребенка в возрасте 17 лет.

**Задание 4.** В текущем году сумма начисленной оплаты труда Лариной В.П. составила 8 000 руб. в месяц.

Ко дню рождения Лариной В.П. был вручен подарок от организации-работодателя - 5 000руб. и оказана материальная помощь - 3 000 руб.

В текущем году Ларина В.П. продала квартиру стоимостью 1 900 000 руб., находившуюся в собственности 3 года.

Представлено заявление Лариной В.П. на получение стандартных налоговых вычетов.

Рассчитайте налоговую базу и сумму налога на доходы физических лиц, подлежащую уплате в бюджет за текущий год.

### **Практическое занятие № 13 Решение задач по расчету транспортного налога**

Время выполнения – 4 часа

Задания:

**Задача 1 .** Определите сумму транспортного налога за налоговый период

У организации на балансе два легковых автомобиля. Первый имеет двигатель мощностью 135 л.с., второй – двигатель мощностью 95 л.с. В августе второй автомобиль продан. Законом субъекта РФ налоговые ставки увеличены в 4 раза.

**Задача 2 .** Рассчитайте сумму транспортного налога

Гражданин приобрел 30 апреля легковой автомобиль, мощность двигателя которого составляет 135 л.с. 12 сентября этого же года гражданин признан инвалидом 1 группы, что в соответствии с законом субъекта РФ, является основанием для освобождения от уплаты налога. Ставка транспортного налога законом субъекта РФ увеличена в 4 раза.

**Задача 3.** Организация является собственником легкового автомобиля с двигателем мощностью 99 лошадиных сил по состоянию на 01.01.2018 года. Рассчитать авансовые платежи и сумму налога.

**Задача 4.** На организацию зарегистрирован легковой автомобиль с мощностью двигателя 130 л. с. Этот автомобиль числился за организацией до продажи 25 февраля 2014 г. Других автомобилей у организации нет.

Необходимо рассчитать сумму транспортного налога за 1 квартал 2018 года и за 2018 год.

**Задача 5.** Организация зарегистрировала легковой автомобиль с мощностью двигателя 85 л. с. с 4 марта 2018 г., 23 августа 2018 г. он был снят с учета в связи с продажей. Других автомобилей у организации нет.

Необходимо рассчитать сумму транспортного налога за 1, 2, 3 кварталы и за налоговый период полностью.

### **Практическое занятие № 14 Применение единого налога и ЕНВД в системе упрощенного налогообложения**

Время выполнения – 2 часа.

#### **Основные теоретические положения**

Объектом налогообложения единым налогом при УСН являются:

- 1) доходы;
- 2) доходы, уменьшенные на величину расходов.

Выбор объекта налогообложения осуществляется налогоплательщиком самостоятельно. Объект налогообложения не может меняться налогоплательщиком в течение трех лет с начала применения УСН. Если объектом налогообложения являются доходы, налоговой базой признается денежное выражение таких доходов. Если объект налогообложения - доходы, уменьшенные на величину расходов, налоговой базой признается денежное выражение доходов, уменьшенных на величину расходов.

Размер налоговой ставки составляет 6%, если объектом налогообложения выступают доходы; 15% - если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов.

Налог исчисляется как соответствующая налоговой ставке процентная доля налоговой базы. Сумма налога определяется налогоплательщиком самостоятельно.

Налогоплательщики, выбравшие в качестве объекта налогообложения доходы, по итогам каждого отчетного периода исчисляют сумму авансового платежа по налогу, исходя из ставки налога и фактически полученных доходов, рассчитанных нарастающим итогом с начала налогового периода до окончания соответственно первого квартала, полугодия, девяти месяцев с учетом ранее исчисленных сумм авансовых платежей по налогу.

Объектом налогообложения ЕНВД является вмененный доход налогоплательщика, представляющий собой потенциально возможный доход налогоплательщика ЕНВД, рассчитываемый с учетом совокупности условий, непосредственно влияющих на получение указанного дохода, и используемый для расчета величины ЕНВД по установленной ставке.

Налоговой базой для исчисления суммы ЕНВД признается величина вмененного дохода, рассчитываемая как произведение базовой доходности по определенному виду предпринимательской деятельности, исчисленной за налоговый период, и величины физического показателя, характеризующего данный вид деятельности.

Базовая доходность - это условная месячная доходность в стоимостном выражении на ту или иную единицу физического показателя, характеризующего определенный вид предпринимательской деятельности в различных сопоставимых условиях, которая используется для расчёта величины вмененного дохода. Базовая доходность корректируется (умножается) на коэффициенты К1 и К2. Корректирующие коэффициенты базовой доходности - это коэффициенты, показывающие степень влияния того или иного условия на результат предпринимательской деятельности, облагаемой ЕНВД, а именно:

К1 - устанавливаемый на календарный год коэффициент-дефлятор, учитывающий изменение потребительских цен на товары (работы, услуги) в РФ в предшествующем периоде;

К2 - корректирующий коэффициент базовой доходности, учитывающий совокупность особенностей ведения предпринимательской деятельности, в том числе ассортимент товаров (работ, услуг), сезонность, режим работы, фактический период времени осуществления деятельности, величину доходов, особенности места ведения предпринимательской деятельности, площадь информационного поля электронных табло, площадь информационного поля наружной рекламы с любым способом нанесения изображения, площадь информационного поля наружной рекламы с автоматической сменой изображения, количество автобусов любых типов, трамваев, троллейбусов, легковых и грузовых автомобилей, прицепов, полуприцепов и прицепов-роспусков, речных судов, используемых для распространения и (или) размещения рекламы, и иные особенности.

Налоговая ставка ЕНВД составляет 15% величины вмененного дохода.

Сумма ЕН (база –доходы) и ЕНВД, исчисленная за налоговый период, уменьшается налогоплательщиком на сумму страховых взносов на обязательное пенсионное страхование, уплаченных (в пределах исчисленных сумм) за этот же период времени при выплате им вознаграждений своим работникам, занятым в тех сферах деятельности, по которым уплачивается ЕН или ЕНВД. При этом сумма единого налога не может быть уменьшена более чем на 50%.

Начисление единого налога отражается по кредиту счета 68 «Расчеты по налогам и сборам», и дебету счета 99 «Прибыли и убытки».

### **Практическое задание**

**Задание 1.** Определить налоговую базу и рассчитать единый налог за предыдущий год, сумму доплаты налога по итогам года, отразить бухгалтерскими проводками начисление и уплату в бюджет единого налога (в журнале хозяйственных операций).

Исходные данные:

ИП Николаев С.Р. занимается оптовой торговлей продуктами питания и применяет упрощенную систему налогообложения с объектом

налогообложения «доходы». В отчетном году поступило на расчетный счет и в кассу ИП - 9 820 360 руб. Из них кредит банка - 400 000 руб.

Сумма авансовых платежей по налогу, исчисленных к уплате в течение года, составляет:

- за 1 квартал - 47 182 руб.;
- 2 квартал - 69 581 руб.;
- 3 квартал - 76 916 руб.

Наемным работникам в отчетном году выплачена заработная плата в сумме 1310600 руб. На нее начислены и полностью перечислены страховые взносы на обязательное страхование (27,1 %).

**Задание 2.** Определить налоговую базу и рассчитать единый налог организации за 4 квартал. Отразить на счетах бухгалтерского учета начисление и перечисление налога в бюджет.

Исходные данные:

Организация «Агат», производящая строительные материалы, перешла на упрощенную систему налогообложения, определив в качестве объекта налогообложения доходы, уменьшенные на расходы. В отчетном периоде организация получила выручку от реализации продукции в сумме 560 000 руб., при этом произвела следующие расходы: закуплено сырье на сумму 260 000 руб., затраты на транспортировку сырья составили 70 000 руб, списано в производство сырья по себестоимости на сумму 210 000 руб.; расходы на оплату труда – 160 000 руб., отчисления на соц. страхование – 30,2%.

**Задание 3.** Рассчитать величину вмененного дохода и сумму ЕНВД за 4 квартал, отразить на счетах бухгалтерского учета начисление и перечисление налога в бюджет.

Исходные данные:

ООО «Бриз» осуществляет деятельность в сфере общественного питания. Площадь зала для обслуживания посетителей составляет 90 кв.м., базовая доходность 1 кв.м. равна 1 000 руб.,  $K_2 = 0,8$ ;  $K_1$  – действующий в предыдущем году.

**Задание 4.** Организация применяет упрощенную систему налогообложения с объектом налогообложения доходы, уменьшенные на величину расходов. Налоговая ставка 15%

По итогам текущего года сумма доходов, учитываемых при расчете налоговой базы- 42 000 000 руб., сумма расходов- 40 000 000 руб.

Рассчитайте налоговую базу, сумму налога, начисленную в бюджет и сумму, уплачиваемую в бюджет.

**Задание 5.** Организация применяет упрощенную систему налогообложения, объектом налогообложения является доход организации.

За первый квартал текущего года сумма фактически полученных доходов - 22 000 000 руб.

За первый квартал сумма страховых взносов, начисленных и уплаченных, на:

- обязательное пенсионное страхование, обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, обязательное медицинское страхование, обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний – 360 000 руб.;

- негосударственное пенсионное обеспечение - 290 000 руб.;

- добровольное имущественное страхование - 480 000 руб.

Рассчитайте сумму авансового платежа за первый квартал текущего года.

**Задание 6.** Руководство небольшой строительной фирмы ООО «Дорстрой 10» решило поберечь свои с трудом заработанные деньги и не выплачивать многочисленные налоги, а перейти в 2018 году с общего режима на более выгодный УСН.

Подсчитанная выручка за объекты, сданные заказчикам с января по сентябрь 2017 года, равна 99 млн руб., включая НДС. Средняя численность работающих с января по сентябрь — 70 человек. Остаточная стоимость основных средств — 68 млн руб. Филиалов у ООО «Дорстрой 10» нет.

Вопрос

Может ли ООО «Дорстрой 10» перейти на УСН с 2018 года?

### **Практическое занятие № 15 Решение задач по расчету единого налога на вмененный доход**

Время выполнения – 4 часа.

Решение задач:

**Задание 1.** Администрация рынка заключила договор аренды с ООО «Бета», по которому все здание рынка с выделенными в нем обособленными торговыми секциями передано в аренду. Общее количество торговых мест в этих секциях – 100.

ООО «Бета» в отношении всех арендованных торговых мест заключило договоры субаренды. Субарендаторы выплачивают арендную плату только за дни фактического использования торговых мест. Все субарендаторы занимают торговые места по 20 дней в месяц.

Орган власти субъекта Федерации в отношении рассматриваемого вида деятельности установил  $K_2=0,66$ . Данный коэффициент исчислен с учетом фактического времени работы налогоплательщика. Следовательно, для администрации рынка  $K_2=1$ . Дефлятор принять на уровне единицы.

ООО «Бета» выплачивает рынку арендную плату за полный месяц.

Какова сумма ЕНВД за налоговый период?

**Задание 2.** Организация оказывает бытовые услуги населению. С первого января текущего года организация переведена на уплату ЕНВД. Базовая

доходность для оказания бытовых услуг населению установлена в размере 7 500 руб. в месяц на одного работника. В течение 1 квартала текущего года среднесписочное количество работников в организации составило:

- в январе – 6 чел.;
- в феврале – 5 чел.;
- в марте – 6 чел.

В муниципальном образовании, где осуществляется данный вид предпринимательской деятельности, коэффициент  $K_2$  равен 0,5.

Сумма уплаченных за 1 квартал страховых взносов на обязательное пенсионное страхование, обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, обязательное медицинское страхование, обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний – 7 100 руб.

Значение коэффициента - дефлятора, необходимое для расчета налоговой базы по единому налогу на вмененный доход на текущий год составляет 1,798.

Рассчитайте налоговую базу; сумму единого налога, исчисленную за налоговый период и сумму единого налога, подлежащую уплате в бюджет.

**Задание 3.** Организация осуществляет торговлю на одной торговой точке.

Количество сотрудников, работающих в данном магазине, составляет 7 человек. По техническому паспорту площадь торгового зала равна 15 кв. м.

Сумма начисленных взносов на обязательное пенсионное страхование за 1 квартал текущего года - 13 000 руб., фактически уплачено - 10 500 руб. Магазин расположен на ул. Горького в г. Твери.

Рассчитать сумму ЕНВД за 1 квартал текущего года, исходя из действующих коэффициентов.

**Задание 4.** ИП Герасимов Т.Е. осуществляет розничную торговлю женской одеждой:

- в ТЦ «ЗАРЯ» посредством двух торговых мест, площадью 15 м<sup>2</sup> и 9 м<sup>2</sup>
- на вещевом рынке «СИТИ», посредством одной торговой точки.

Значение корректирующего коэффициента  $K_2$  установлено в размере 0,75.

Сумма страховых взносов на обязательное пенсионное страхование составила 4 048 руб.

Рассчитать сумму ЕНВД, подлежащего уплате в бюджет за 3 квартал года.

**Задание 5.** Предпринимательская деятельность по оказанию услуг по грузоперевозкам проводится в г. Санкт-Петербург. Коэффициент  $K_2$  по этому виду деятельности равен 1. Количество используемых автомобилей — 6.

Величина базовой доходности — 6 000 руб. на 1 единицу транспорта. Принятая величина  $K_1$  — 1,798. Рассчитать ЕНВД и узнать размер налога за квартал при условии, что работы велись все 3 месяца.

## МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности

### Практическое занятие №1 «Применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа. Анализ эффективности использования оборотных средств и их структуры» - 6 час

Цель работы:

1. Получить навыки применения методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа.
2. Получить навыки анализа эффективности использования оборотных средств и их структуры

#### Задание 1.

1. Составить доклады на тему «Применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа». Защитить.
2. Провести 3 вида анализа (по выбору преподавателя) с применением методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности. Обосновать свой выбор.
3. Выступить в виде доклада.
4. Сдать отчет.

#### Задание 2.

1. Ответить на вопросы теста
2. Рассчитать показатели эффективности использования основных средств
3. Рассчитать абсолютное отклонение
4. Рассчитать темпы роста

#### Задание 2.1. 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. – фондоемкости,
  3. – выбытия основных фондов,
  4. – загруженности основных фондов.

**Задание 2.2.** Решить задачу.

На основе данных бухгалтерской отчетности, аналитический баланс и данные аналитического и синтетического учета предприятия ООО «Модульная автозаправочная станция-1» рассчитать показатели эффективности использования основных средств, их абсолютное отклонение, темпы роста.

Показатели	2014г.	2015г.	2016г.	Отклонение (+/-)		Темп роста, %	
				к 2014г.	к 2015г.	к 2014г.	к 2015г.
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс.руб.	10814	15902	16168				
Фондовооруженность, тыс. руб.	415,92	512,97	505,25				
Фондоотдача, руб.	2,36	2,1	1,95				

Отчет должен содержать:

1. Наименование и цель работы
2. Задание
3. Ответы на тесты
4. Формулы расчетов
5. Необходимые расчеты

Форма зачета: по выполнении задания проводится проверка письменных работ

**Контрольные вопросы:**

1. Дайте определение понятия «основные средства» предприятия.
2. Что такое фондовооруженность?
3. Что такое фондовооруженность?
4. Что такое среднегодовая стоимость основных средств?

**Практическое занятие №2 Анализ эффективности использования основных средств и их структуры – 6 час.**

1. Получить навыки анализа состава основных средств
2. Овладеть навыками анализа структуры основных средств

Задание:

**Задание 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.

**Задание 2.** Решить задачу. Осуществить анализ состава и структуры основных средств ООО «Крафт»

Исходные данные:  
Состав основных средств ООО «Крафт»

Вид основных средств	2014г.	2015г.	2016г.
Здания	-	898	990
цистерны и оборудование	15298	31606	34194
Транспортные средства	29407	27510	27509
Производственный и хозяйственный инвентарь	13	13	13
<b>ИТОГО</b>	<b>44718</b>	<b>60027</b>	<b>62706</b>
в т. ч: производственные	44718	60027	62706
непроизводственные	-	-	-
Активные	44718	60027	62706
Пассивные	-	898	990

Отчет должен содержать:

1. Наименование и цель работы
2. Задание
3. Формулы расчетов
4. Необходимые расчеты
5. Выводы

Форма зачета: по выполнении задания проводится проверка письменных работ

**Контрольные вопросы:**

1. Что такое бухгалтерский баланс?
2. Что такое основные средства?
3. Что такое производственные расходы?

4. Что такое непроизводственные расходы?
5. Что такое актив и пассив?

### **Практическое занятие №3 «Расчет и анализ выработки, показателей отработанного времени» - 6 час.**

Цель работы: Получить навыки расчета и анализа выработки, показателей отработанного времени.

Задание:

1. Ответить на вопросы теста
2. Рассчитать плановую среднегодовую, среднедневную, среднечасовую выработку одного работника
3. Рассчитать фактическую среднегодовую, среднедневную, среднечасовую выработку одного работника

**Задание 1** Ответить на вопросы теста

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.

**Задание 2** Решить задачу.

Рассчитайте плановую и фактическую среднегодовую, среднедневную, среднечасовую выработку одного работника. Проведите анализ выполнения плана. По результатам анализа сделайте выводы.

Исходные данные:

Показатель	План	Факт	Отклонение
Объём производства продукции в сопоставимых ценах, млн. руб.	5600	6000	
Среднегодовая численность: промышленно-производственного персонала	250	270	
Рабочих	200	230	
Удельный вес рабочих в общей численности промышленно-производственного персонала, %	0,800	0,851	
Отработано дней одним рабочим	200	220	
Средняя продолжительность рабочего дня, час	5,3	4,4	
Отработано часов всеми рабочими, чел.-час	480000	485100	
в том числе одним рабочим, чел-час	1067	970	

Отчет должен содержать:

1. Наименование и цель работы
2. Задание
3. Ответы на тесты
4. Формулы расчетов
5. Необходимые расчеты
6. Выводы

Форма зачета: по выполнении задания проводится проверка письменных работ

**Контрольные вопросы:**

1. Что такое объём производства продукции?
2. Что такое среднегодовая численность промышленно-производственного персонала
3. Что такое удельный вес рабочих в общей численности промышленно-производственного персонала?

**Практическое занятие №4 «Вертикальный и горизонтальный анализ затрат на производство, расчет показателей рентабельности» - бчас.**

Цель работы: Получить навыки расчета показателей рентабельности.

Задание:

1. Ответить на вопросы теста
2. Осуществить анализ вертикальный и горизонтальный затрат на производство

**Задание 1** Ответить на вопросы теста

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 показателем:

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.

**Задание 2.** Решить задачу. Осуществить анализ вертикальный и горизонтальный затрат на производство

#### Анализ затрат на производство

Элементы затрат	Сумма, тыс. руб.		
	2014	2015	2016
Материальные затраты	396630	269516	351614
Затраты на оплату труда	102560	92545	106062
Отчисления на социальные нужды	29831	27162	31818
Амортизация	49730	47888	44098
Прочие затраты	91135	75895	110658
Итого по элементам затрат	632888	513005	644250

Отчет должен содержать:

1. Наименование и цель работы
2. Задание
3. Ответы на тесты
4. Формулы для расчетов
5. Необходимые расчеты

Форма зачета: по выполнении задания производится проверка письменных работ

**Контрольные вопросы:**

1. Раскройте сущность понятия материальные затраты
2. Что такое затраты труда?
3. Что такое отчисления на социальные нужды?
4. Что такое амортизация?

## Практическое занятие №5 Решение задач по вертикальному, горизонтальному анализу ликвидности баланса - 6 час.

Цель работы: Научиться решать задачи.

Задание:

1. Ответить на вопросы теста
2. Осуществить горизонтальный и вертикальный анализ баланса пред-приятия

**Задание 1** Изучить тему и ответить на вопросы теста

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

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.

**Задание 2.** Решить задачу. Осуществить горизонтальный и вертикальный анализ баланса предприятия

Исходные данные:

Актива баланса ООО «Лента»

Наименование Показателя	2015 год	2016 Год
Основные средства по остаточной стоимости	9633	8052
Прочие внеоборотные активы	25	25
Запасы	77	1066
НДС по приобретенным ценностям	64	64

Дебиторская задолженность	2064	600
Денежные средства	1090	280
Краткосрочные финансовые вложения	0	800
Итого актив баланса	12953	10887

**Пассива баланса ООО «Лента»**

Наименование Показателя	2015 год	2016 Год
Уставный капитал	3057	3057
Нераспределенная прибыль	6131	6697
Кредиторская задолженность	3765	1133
Итого пассив баланса	12953	10887

Отчет должен содержать:

1. Наименование и цель работы
2. Задание
3. Ответы на тесты
4. Формулы для расчетов
5. Необходимые расчеты

Форма зачета: по выполнении задания производится проверка письменных работ

**Контрольные вопросы:**

1. Раскройте сущность понятия актив и пассив
2. Что такое кредиторская задолженность?
3. Что такое нераспределенная прибыль?
4. Что такое денежные средства?

**Практическое занятие №6 Расчет показателей ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости - 6 час.**

Цель работы: рассчитывать показатели ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости.

Задание:

1. Ответить на вопросы теста
2. Рассчитать показатели ликвидности

**Задание 1** Изучить тему и ответить на вопросы теста

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.

**Задание 2.** Решить задачу. Рассчитать показатели ликвидности для ООО «Лента», сравнить с нормативными значениями, сформулировать выводы и рекомендации.

#### Исходные данные

Наименование показателя	2015 год	2016 год	Изменение за 2015-2016 гг.
Исходные данные, тыс. руб.			
1. Сумма оборотных средств на конец периода	3295	2810	
2. Сумма дебиторской задолженности (с периодом погашения более 12 мес.) на конец периода	0	0	
3. Сумма дебиторской задолженности (с периодом погашения менее 12 мес.) на конец периода	2064	600	
в т.ч. просроченная дебиторская задолженность	248	192	
4. Краткосрочные обязательства (за вычетом доходов будущих периодов, резервов предстоящих расходов)	3765	1133	
5. Расходы будущих периодов	0	0	
6. Запасы и затраты	77	1066	
7. Сумма краткосрочных финансовых вложений на конец	0	800	

периода			
8. Сумма денежных средств на конец периода	1090	280	

Отчет должен содержать:

1. Наименование и цель работы
2. Задание
3. Ответы на тесты
4. Формулы для расчетов
5. Необходимые расчеты

Форма зачета: по выполнении задания производится проверка пись-менных работ

#### **Контрольные вопросы:**

1. Раскройте сущность понятия дебиторская задолженность
2. Что такое кредиторская задолженность?
3. Что такое расходы будущих периодов?
4. Что такое запасы и затраты?

### **Практическое занятие №7 Расчет показателей деловой активности предприятия - 4 час.**

Цель работы: рассчитать показатели деловой активности предприятия

Задание:

1. Ответить на вопросы теста
2. Рассчитать показатели деловой активности предприятия

**Задание 1** Изучить тему и ответить на вопросы теста

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.

**Задание 2.** Решить задачу. Рассчитать показатели деловой активности предприятия и источников их формирования.

Исходные данные:

Имущество предприятия, тыс.руб.

Наименование показателя

Наименование показателя	Годы		
	2013	2014	2015
<b>Внеоборотные активы, всего</b>	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
<b>Оборотные активы, всего</b>	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
<b>Валюта баланса</b>	2065930	1651198	1811399

Отчет должен содержать:

1. Наименование и цель работы
2. Задание
3. Ответы на тесты
4. Формулы для расчетов
5. Необходимые расчеты

Форма зачета: по выполнении задания производится проверка письменных работ

**Контрольные вопросы:**

1. Раскройте сущность понятия дебиторская задолженность
2. Что такое кредиторская задолженность?
3. Что такое прочие обязательства?
4. Что такое резервный капитал?

## МДК 02.03. Маркетинг

### Практическое занятие № 1. Понятие и особенности развития маркетинга

Время выполнения – 6 час.

*Цели:* закрепить пройденный материал по теме

*Ход практического занятия.*

Выступление с докладами по следующей тематике:

Формирование исходных понятий маркетинга

Необходимость перехода от концепции маркетинга к концепции социально-этичного маркетинга в современных условиях

Специфика маркетинговой деятельности на предприятиях различного типа

Необходимость применения маркетинга в деятельности некоммерческих организаций.

#### Контрольные вопросы :

1. Почему необходимо изучать маркетинг? Обоснуйте Ваш ответ.
2. Дайте определение основным принципам маркетинга.
3. Сформулируйте основные этапы развития маркетинга.

#### Задания для работы в малых группах:

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	

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.

*Методические указания:* Работа проводится в малых группах для возможности совместного обсуждения и аргументации. По итогам обсуждения кейс-ситуации представители группы презентуют выводы и аргументы.

## **Практическое занятие № 2 Проведение маркетинговых исследований рынка. Разработка анкеты и проведение опроса»**

**Цели:** ознакомить с технологией проведения маркетинговых исследований рынка, составления анкеты для опроса потребителей

**Время выполнения: 8 часа**

**Ход практического занятия.**

**Шаг №1:** Определите проблему, с которой столкнулось ваше предприятие.

**Рекомендации по выполнению:**

Если предприятие реальное, то Вы можете опираться на реально существующую проблемную ситуацию. При работе с гипотетическим предприятием Вы выбираете проблему по оценке рынка на предлагаемые товары и услуги. Для более предметного понятия по

направлениям проведения исследования. **Определение проблемы** – формирование предмета маркетингового исследования, необходимо для того, чтобы не собирать много ненужной информации, поскольку это неэффективно и дорого. Если трудно сразу сформулировать проблему, надо провести предварительную проработку. Например, **проблема: ПОЧЕМУ ПАДАЕТ СБЫТ ТОВАРОВ ФИРМЫ?**

При изучении ситуации могут возникнуть разные варианты.

*Вариант №1* – Сбыт падает только по ряду территорий – провести анализ сбыта по территориям.

*Вариант №2* – Появился новый товар-конкурент, покупатель переключился на него – исследовать отличительные характеристики товара конкурента.

*Вариант №3* – Обнаружилась слабая заинтересованность посредников и торгового персонала в реализации товаров компании – исследовать причины.

**Последовательность определения проблемы:**

1. Описание проблемы;

2. Структурирование проблемы;
3. Выбор способа решения проблемы;
4. Разработка системы целей;
5. Формулирование гипотез.

**Шаг №2:** Сформулируйте цели и задачи исследований, исходя из проблемы. Составьте план проведения исследования.

**Рекомендации по выполнению:**

После определения проблемы встаёт вопрос о формулировании целей и задач исследования.

**Цели исследования могут быть:**

1. Поисковые – только найти направление решения проблемы.
2. Описательные – только написать проблемы и её основные аспекты.
3. Экспериментальные – проверка предварительно выработанных гипотез.
4. Комплексные – сочетание различных целей.

**Цели** могут быть объединены по уровням в «дерево целей» – это иерархия целей различных уровней, направленных на достижение генеральной цели.

**Задачи исследования** – это конкретные направления работы, отдельные мероприятия.

Маркетинговое исследование ставит перед собой определенный набор задач, которые должны быть решены. Перечень задач маркетингового исследования, учитывая постоянно меняющуюся ситуацию, влияние разного набора факторов, различный потенциал фирм, человеческий фактор и т. д. приводит к большому разнообразию конкретных исследовательских задач, выдвигаемых перед маркетинговой службой фирмы. Можно выделить основные направления исследований (задачи):

1. Сбор, обработка, сводка и хранение информации.
2. Анализ влияния глобальных сил и факторов макросреды маркетинга на деятельность фирмы и ее результаты.
3. Оценка и анализ конъюнктуры рынка, расчет емкости рынка, характеристика и прогнозирование спроса, анализ его эластичности.
4. Оценка собственных возможностей фирмы, ее потенциала и конкурентоспособности.
5. Оценка возможностей и поведения конкурента.
6. Анализ воздействия макросреды маркетинга.
7. Анализ рынка сбыта, оценка доли, занимаемой фирмой, территориальный анализ рынка сбыта.

8.Сертификация и тестирование качества товара и его конкурентоспособности, изучение реакции потребителей на новый или модифицированный товар.

9.Изучение товарной номенклатуры и ассортимента, сдвигов в их структуре.

10.Информационно-аналитическое обоснование сегментации рынка (группировка и структуризация потребителей).

11.Информационно-аналитическое обеспечение разработки товара и регулирование его жизненного цикла.

12.Информационно-аналитическое обеспечение разработки стратегии маркетинга.

13.Информационно-аналитическое обеспечение стратегического и оперативного маркетингового планирования.

14.Информационно-аналитическое обеспечение контроллинга.

15.Информационно-аналитическое обеспечение ценообразования и регулирования цен.

16.Учет и анализ товарооборота, товарных запасов, издержек обращения и прибыли в целом и по этапам ЖЦТ.

17.Характеристика эффективности маркетинга и маркетингового исследования, оценка вклада фирмы в решение экологических проблем.

**Шаг №3:** Определите источники для сбора необходимой вторичной информации и подробно опишите их.

#### **Рекомендации по выполнению:**

*Вторичная информация* – это информация, которая была ранее собрана для других целей. Такая информация очень часто позволяет провести предварительный этап исследования. Итак, можно назвать два источника вторичной информации в маркетинговых исследованиях.

**1.Внутренние данные**, собираемые фирмой в процессе ее функционирования. Сюда относятся отчеты, которые имеются в каждой организации, в частности об объемах продаж, о ценах на товары фирмы, об изменениях объемов продаж в зависимости от изменения цен. Большой блок внутренней вторичной информации содержится в бухгалтерской отчетности, в различных аналитических обзорах, которые выполняются иногда постоянно (ежеквартально или ежемесячно), иногда эпизодически.

**2.Внешняя информация** – та, которая собрана другими и для других целей, но может показать данной фирме ее возможности на рынке и угрозы для нее со стороны конкурентов. Эта информация содержится в различной печатной продукции: местных и федеральных органах печати, рекламных материалах конкурентов. Ее можно найти в Интернете и т. п. Источниками такой информации могут быть профессиональные ассоциации,

правительственные учреждения (например, краевые, областные статистические управления), корпоративные организации. Анализ внешней вторичной информации поможет фирме оценить целесообразность проведения нового, более глубокого исследования, пересмотреть свою товарную или ценовую политику и т. п.

**Шаг №4:** Составьте выборку для проведения опроса методом анкетирования, определив её размер и структуру, а так же определив место и время проведения опроса.

**Анкетирование** – это письменный опрос реальных и потенциальных покупателей посредством заполнения последними заранее подготовленных исследователями специальных бланков (анкет) с перечнем вопросов. Суть такого исследования состоит в том, что каждый обследуемый в процессе контакта с исследователем или по почте получает анкету, которую самостоятельно заполняет и лично либо по почте возвращает исследователю.

Начинать анкетирование можно (а иногда и нужно) с определения объема выборки, под которым понимают часть генеральной совокупности, несущую в себе характеристические черты и признаки всей совокупности обследуемых субъектов (явлений или процессов) и являющуюся по количеству и качеству необходимой и достаточной для вынесения суждений как в целом по всей совокупности, так и по каждому ее элементу в отдельности (разумеется, с определенной степенью точности и достоверности). Определять объем выборки необходимо потому, что обследовать всю генеральную совокупность не представляется возможным – не хватит ни времени, ни средств на такое обследование.

Для проведения исследования предлагается опросить 50 респондентов. Это и будет объём выборки.

Для составления структуры необходимо разбить предполагаемых респондентов на признаки группировки.

*Структура выборки респондентов по выявлению потребительских предпочтений в отношении консервированных грибов*

Признак группировки	Категория
Пол	Мужской
	Женский
Возраст, лет	18-23
	24-29
	30-39
	40-49

	50-59
	60-70
Образование	Среднее/неполное среднее
	Среднее специальное
	Высшее/неоконченное высшее
	Послевузовское
Род занятий	Специалисты
	Служащие
	Руководители высшего и среднего звена
	Работники сферы обслуживания
	Госслужащие/военнослужащие
	Предприниматели
	Пенсионеры
	Студенты/учащиеся
	Безработные/временно не работающие
Среднемесячный доход на человека, руб.	Менее 3000
	3000-5000
	5000-10000
	10 000-15000
	Более 15 000

**Шаг №5:** Разработайте анкету для проведения опроса, состоящую из преамбулы (введения), основной и заключительной части. Анкета должна учитывать цели и проблему исследования, а также общие требования к анкете.

- составить анкету для опроса по теме исследования;
- провести опрос;
- составить отчет

Опрос можно проводить в устной или письменной форме. Устные и телефонные опросы называют обычно интервью. Опросы разделяются:

- 1) по кругу опрашиваемых (частные лица, эксперты, предприниматели и др.);
- 2) по количеству одновременно опрашиваемых (единичное или групповое интервью);
- 3) по количеству тем, входящих в опрос (одна или несколько (омнибус) );
- 4) по уровню стандартизации (свободная схема или структурированная, полностью стандартизированной);
- 5) по частоте опроса (одно- или многократный опрос).

**Разработка анкеты.** Составляя анкету, целесообразно придерживаться определенных требований. Форма анкеты должна быть простой и легко читаться, а количество вопросов не превышать 10. Анкета с большим количеством вопросов утомляет респондента, уменьшает его

заинтересованность и активность. Важным является соблюдение последовательности вопросов: сначала базовая информация, потом классификационные данные, а в конце - идентификация респондента.

Пример составления анкеты:

респонденты	1	2	3	4	5	6	7
вопросы							
1.Какое свойство средства для мытья посуды является для Вас наиболее важным:							
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ степень обезжиривания отмываемой поверхности;</li> <li>○ запах;</li> <li>○ наличие витаминных и смягчающих кожу рук добавок;</li> <li>○ конкурентоспособная цена.</li> </ul>							
2.Кому Вы доверяете при выборе средства для мытья посуды?							
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ рекламе;</li> <li>○ интуиции;</li> <li>○ друзьям и знакомым;</li> <li>○ совету продавца.</li> </ul>							
3.Какие средством для мытья посуды Вы пользуетесь?							
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ «Фейри»;</li> <li>○ «АОС»;</li> <li>○ «Тест»;</li> <li>○ иным средством.</li> </ul>							
4.Как часто Вы меняете марку средства для мытья посуды?							
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ меняю с каждой покупкой;</li> <li>○ меняют менее, чем раз в</li> </ul>							

<p>полгода;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ в) меняю каждый год;</li> <li>○ не меняю, давно пользуюсь одной маркой средства.</li> </ul>							
<p>5. Где Вы или члены Вашей семьи чаще всего приобретаете средства для мытья посуды?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ на рынке;</li> <li>○ в специализированном магазине бытовой химии;</li> <li>○ в оптовом магазине;</li> <li>○ в фирменном магазине.</li> </ul>							
<p>6. Надолго ли Вам хватает литровой емкости со средством для мытья посуды?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ менее, чем на неделю;</li> <li>○ более, чем на неделю, но менее, чем на месяц;</li> <li>○ от одного для двух месяцев;</li> <li>○ на два месяца или более.</li> </ul>							

**Методические указания:** Работу проводят в малых группах. По итогам занятия проходит защита результатов опроса.

### **Практическое занятие №3 Анализ маркетинговой среды организации**

**Цели:** Повторить факторы, используемые при анализе окружающей деловой бизнес-среды. Оценить степень влияние факторов внешней среды на деятельность организации.

**Время выполнения:** 6 час.

**Ход практического занятия:** организация работы в малых группах.

### 1. Ответить на вопросы:

1. Какой системой (открытой или закрытой) является организация и почему?
2. Чем внешняя микросреда организации отличается от внешней макросреды с точки зрения организации?
3. Определите основные факторы маркетинговой микросреды и их влияние на деятельность организации.
4. Обосновать на примере выбранной организации, какие контактные аудитории осуществляют влияние на ее деятельность.
5. Перечислить, какие группы потребителей, покупателей, клиентов данной организации можно выделить.

### 2. Выполнить практические задания:

#### Задание № 1

Крупная фирма собирается открыть новый ФОК (физкультурно-оздоровительный комплекс) в спальном районе. Какие факторы внешней маркетинговой среды она должна учесть?

#### Задание № 2.

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	
Трансагентство	
Рекламное агенство	
Корпоративная культура	
Портфель заказов	

#### Задание № 3.

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

**Методические указания:** Работа проводится в малых группах для возможности совместного обсуждения и аргументации. По итогам обсуждения поставленных вопросов представители группы презентуют выводы и аргументы

## Практическое занятие № 4 Выявление, формирование и удовлетворение потребностей. Оценка поведения потребителей

**Цели:** формирование навыков выявлять, формировать и удовлетворять потребности, повторить факторы, влияющие на поведение потребителей. Изучить современные тенденции, характерные для потребителей.

**Время выполнения:** 8 час.

**Ход практического занятия** - работа в малых группах.

### Задание 1:

1. Определить потребности и товары их удовлетворяющие по следующим критериям:

1. По возрасту 2. По доходу 3. По полу 4. По семейному положению

Потребность	Товар		
	16- 25 лет	30 – 45 лет	старше 50
1.			
2.			
	малоимущие	средний доход	высокий доход
1.			
2.			
3.			
	женщины	мужчины	
1.			
2.			
3.			
	холост	молодая семья	большая семья со стажем
1.			
2.			
3.			

2. Приведите примеры потребностей, удовлетворяемых с различной частотой.

Укажите товары, удовлетворяющие эти потребности

а) потребность, удовлетворяемая ежедневно;

б) потребность, удовлетворяемая один раз в неделю;

- в) потребность, удовлетворяемая один раз в месяц;
- г) потребность, удовлетворяемая один раз в год;
- д) потребность, удовлетворяемая один раз в 5 лет; в 10 лет;
- е) потребность, удовлетворяемая чрезвычайно редко;

**Задание 2.** Решите ситуацию – Вы – продавец в магазине, к Вам подошел покупатель.

Упражнение.

1. Напишите 10 вопросов для прояснения текущей ситуации Вашего покупателя
2. Напишите 5 вопросов о проблемах и возможностях, с которыми сталкивается и упускает ваш клиент
3. Напишите 5 вопросов о боли, т.е. о последствиях, к которым приводят проблемы
4. Напишите 5 вопросов о возможных решениях для вашего клиента, которые подарят ему надежду
5. Напишите 3 вопроса, чтобы предложить конкретные услуги (альтернативы), которые будут содержать в себе решения проблем вашего клиента. Приведите примеры успешных кейсов.

**Задание 3. Кейс-задание:** Ознакомьтесь с текстом, аргументируйте следующие утверждения, приведите собственные примеры об ожиданиях современного потребителя.

### **Ожидания современных потребителей**

Что же характеризует современного потребителя? Какие тенденции прослеживаются?

#### **Вовлечение в процесс**

Первое, что приходит на ум, так это то, что изменилось взаимодействие потребителя и бренда. Сегодня человек уже является активным участником рекламных кампаний, успех которых во многом зависит от него. В XXI веке большой популярностью стал пользоваться игровой маркетинг, вовлекающий потребителей в процесс. Катализатором его развития послужила не в последнюю очередь и сеть интернет, в которой очень часто проходят рекламные кампании таких гигантов, как Pringles или Volkswagen. Например, перед чемпионатом Европы по футболу, проходившим этим летом, компания Procter&Gamble запустила интерактивный сайт, на котором многие люди выкладывали свое видео, где они вытворяли всевозможные футбольные трюки с банкой от чипсов Pringles, используемой в качестве мяча. Сами же участники ресурса и голосовали за понравившееся видео, тем самым выбирая победителя. Наконец, многие ролики расходились по блогам и социальным сетям, давая бесплатную рекламу Pringles.

Впрочем, игры не заканчиваются только сетью интернет. Они проходят во всех сферах бизнеса, начиная от продажи автомобилей, и заканчивая обычной розничной торговлей.

Вовлекайте и продавайте!

### **Они хотят все оценивать**

Потребитель изменился. Он стал более опытным и искушенным. Выбор в современном мире настолько велик, что люди даже не в состоянии воспринимать большую часть получаемой информации. И многие из них при выборе ориентируются на мнение других людей. Часто знакомых. Правда, далеко не всегда реальных. Благодаря интернету у людей появились так называемые виртуальные знакомые, мнение которых может быть достаточно важным для них. А эти мнения они могут почерпнуть из различных блогов, авторы которых часто рецензируют какую-либо новинку. Мнение популярных блоггеров стало настолько значимым, что некоторые компании специально высылают им свои новинки на тестирование. Ведь, если блоггер сделает удачный обзор, то велика вероятность, что некоторые из его читателей, которые тоже имеют свой блог, напишут о продукте. Получается в какой-то мере вирусный эффект. В связи с этим можно сделать несколько простых выводов:

- негативная молва о компании распространяется молниеносно. Не стоит допускать ошибок;
- с блоггерами надо сотрудничать. И неплохо бы вести свой корпоративный блог;

FreeLove: попробуйте, прежде чем купить

### **Не покупать, но арендовать**

Трансьюмеризм. Суть этой тенденции заключается в том, что многие люди предпочитают не приобретать товары, а арендовать их. Преимуществ у такого подхода к жизни несколько. Во-первых, человек не зависит от мелких материальных ценностей. Он не привязан к каким-то конкретным вещам. Во-вторых, он может за те же деньги испробовать гораздо больше продукции. Наконец, трансьюмеризм позволяет людям жить выше своего достатка, т.е. приобретать те вещи, которые они не смогли бы себе позволить, если бы речь шла о полноценной покупке товара. Несомненно, осознание того факта, что человек (хотя бы на время) владеет дорогой сумочкой или машиной доставляет ему массу удовольствия, и тешит самолюбие. Да и впечатления здесь играют не последнюю роль. Одно дело владеть Porsche 911, и совсем другое арендовать на год целый парк машин, среди которых будет не только Porsche, но и Bentley, BMW, AstonMartin, Ferrari и многие другие. Естественно, надо понимать, что если слишком часто использовать арендованные машины, то общая сумма, уплаченная за такое удовольствие, превысит стоимость покупки дорого автомобиля. А потому надо с умом подходить к таким программам. Собственно, из всего этого мы можем сделать вывод, что организовать бизнес по аренде чего-либо сегодня является очень перспективно.

### **Впечатления**

Несколькими абзацами выше я упомянул важность впечатлений. Сегодня их действительно не хватает, а потому многие предприимчивые компании

используют этот факт в свою пользу, превращая покупку в настоящее приключение. В качестве примера приведу небольшой абзац из статьи про трансьюмеризм:

«Venue VBOX» - передвижной магазин в Сингапуре, сделанный из пересылочного контейнера, который можно временно установить в любом месте и в любое время. «VBOX» даёт возможность компаниям и брендам присутствовать на тех мероприятиях, с которыми они хотели бы ассоциировать свой бренд, или просто появляться там, где покупатели ожидают их меньше всего. Появиться на выставке фоторабот, или установить свой временный магазинчик там, где проходит знаменитое спортивное событие, к примеру. Таким образом, бренды могут предложить товары, которые покупатели просто не смогли бы купить нигде в ином месте: просто выложить в «VBOX» какую-то ограниченную версию товара, и вы вселите в своих покупателей ощущение, что они становятся обладателями чего-то уникального. Сам по себе «VBOX» оборудован внутри «iMac» и «iPodHiFi». Сегодня «VBOX» продаёт коллекции самых престижных модных дизайнеров, таких, как Рэф Симонс (PradaGroup) или Александр Макквин - дизайнер ограниченных коллекций компании «PUMA», Кристи Тёрлингтон, Мишура Яшухиро, а так же разнообразные CD, журналы, книги и телефоны «Motorola». Подобным образом японский ретейлер одежды «Uniqlo», недавно переоборудовал двойной грузовой контейнер в передвижной магазин, который теперь колесит улицы Нью Йорка, представляя его жителям новый бренд. Вся одежда там свалена в специальные ниши в стенах, расположенных вдоль целого ряда узеньких окошек. Дизайн контейнеров был спроектирован агентством «Lot-ek».

«CommedesGarcons» недавно открыл свою новую лавку «PlayBox» прямо на улице перед его собственным магазином в городе Аояма, Япония. «PlayBox» будет открыт всего один месяц, и продаваться там будут только эксклюзивные наименования товаров.

Или взгляните на новый «временный» магазин «Nike», открывшийся в «SoHo» на Брум Стрит, в Нью Йорке. Магазин, продвигающий ограниченную коллекцию «Nike» - «AirZoomLeBron IV», просуществует на этом месте всего одну неделю.»

Впрочем, так далеко ходить вовсе не обязательно. Есть примеры и намного ближе. Например, компания «Евросеть», которая устраивала такое мероприятие, как забег за телефонами. Участники соревновались в беге от одного салона компании к другому. Победитель получал в подарок мобильный телефон. Данный забег вызвал много шума: о нем писала пресса, он обсуждался в сети интернет, и среди людей, лицезревших его на улицах Москвы.

### **Продажа приключений**

#### **Попробуйте, прежде чем купить**

Слишком много товаров предлагается сегодня людям. Выбор настолько велик, что запомнить все торговые марки, даже в интересующей человека категории крайне сложно. Потребители уже не так сильно верят заявлениям, которые

слышат в рекламе. Тем более что та не часто отличается оригинальностью, утверждая, что их товар самый лучший. Нет ничего удивительного в том, что люди предпочитают сначала попробовать продукт в так называемом тестовом режиме, прежде чем отдать за него свои деньги. Эти самые тестовые режимы бывают разными.

Например, в магазинах AppleStore любой посетитель может в течение длительного времени поработать с любой техникой Apple. За это время он может сделать свой выбор. В то же время другие компании поступают иначе. Например, автопроизводители уже давно организуют пробные бесплатные поездки.

А в индустрии программного обеспечения присутствуют такой тип программ, как shareware. Подобные программы загружаются из сети интернет, после чего пользователь может работать с ними в течение 30 дней. В полнофункциональном режиме. Если программа удовлетворяет человека - то он приобретает ее, если нет - то просто удаляет. FreeLove: попробуйте, прежде чем купить

### **Зарабатывать, предлагая товар бесплатно**

Многие компании зарабатывают деньги, предоставляя свои продукты совершенно бесплатно. Например, так поступают многочисленные информационные сайты, предоставляющие статьи в бесплатный доступ вместо платной подписки. Зарабатывают они, как правило, на рекламе. Так поступают и многочисленные бесплатные газеты и журналы, преимущественно распространяемые в метро.

Компания LaudaMotion является еще более интересным примером. Она предоставляет в бесплатное пользование автомобили Smart. При этом, ее клиентами преимущественно являются туристы, проезжающие в день солидные расстояния. Естественно, подобные автомобили являются еще и рекламными носителями, обеспечивающими компании LaudaMotion доход. Сегодня многие люди просто не могут представить некоторые товары, которые будут распространяться платно (например, в рунете никто не будет платить за контент в нужном количестве). Но это вовсе не значит, что делать бизнес, основанный на предоставлении таких товаров не имеет смысла. Имеет. Просто нужно находить другие пути заработка, не всегда прямо взимая деньги с конечного потребителя.

FreeLove: как зарабатывать на бесплатном

### **Хороший сервис**

Говорить о важности сервиса в наше время просто глупо. Он обязан быть хорошим, так как часто оказывается ключевым фактором при выборе продукта. Современный потребитель привык к высокому качеству. У него есть своя планка относительно того, как должно осуществляться обслуживание в той или иной сфере. Разочаровать его, равносильно потерять его. И всех его знакомых, которым он обязательно расскажет про ужасное качество обслуживания в компании.

Но при этом не стоит думать, что клиент всегда прав. Нужно понимать, что вы

обязаны ему предоставить, а что уже является наглостью с его стороны. Не стоит все время руководствоваться пафосной фразой из теоретической литературы: «Клиент всегда прав».

### **Статус, истории**

Для людей всегда был важен социальный статус, так как он помогал им понять их позицию в обществе. Сегодня для многих статус выражается в финансовом положении. Женщины предпочитают дорогую одежду, в то время, как успешные мужчины разъезжают на баснословно дорогих автомобилях, использование которых явно нецелесообразно с экономической точки зрения. Зато они наглядно показывают финансовое положение владельца.

Сегодня до потребителей можно достучаться при помощи истории. Истории, которая затронет его мировоззрение, его ценности. И маркетологи уже давно осознали это. Потому не стоит забывать про истории и социальный статус. Это очень важный момент при работе с современным потребителем. Почему люди покупают предметы роскоши?

### **Экономия средств**

В то же время, современный потребитель достаточно умен, и предпочитает продлевать жизнь товара. Каким образом? Во-первых, через рынок с2с, главным представителем которого является самый популярный в мире аукцион eBay. Во-вторых, появилось множество сайтов, помогающих людям осуществлять обмен товарами. Например, любители кино могут меняться дисками, геймеры играми и так далее. Ну и третье, это уже ход со стороны компаний, заметивших эту тенденцию. Например, сеть шведских магазинов одежды Filippa K (не самых дешевых, мягко говоря!) открыла свой секонд-хенд! Знаменитый в стране бренд открывает фирменный секонд-хенд! Это говорит о многом. Собственно, в самой компании считают, что тем самым сделают свою одежду более доступной для менее обеспеченных людей. Которые смогут оценить ее качество, и впоследствии приобрести новые модели. Кроме того, те люди, которые покупают новую одежду в Filippa K, знают, что всегда смогут сдать ее в фирменный секонд-хенд. (Источник: [www.ekniga.at.ua](http://www.ekniga.at.ua) ; По материалам: [biztimes.ru](http://biztimes.ru))

**Методические указания:** Работа проводится в малых группах для возможности совместного обсуждения и аргументации. По итогам обсуждения кейс-ситуации представители группы презентуют выводы и аргументы.

## Практическое занятие № 5 Сегментирование рынков. Выбор целевых сегментов

**Цели:** Закрепить теоретический материал по теме, повторить критерии сегментации, приобрести навыки работы с маркетинговой информацией по сегментации.

**Время выполнения:** 8 час.

**Ход практического занятия:**

**Задание по сегментации рынка.**

1. Заполнить информацию по таблице:

Маркетинговый подход предполагает знание того, кто является Вашим клиентом. Этим целям служит выявление целевых рынков и определение их характеристик, включая предпочтения тех или иных товаров. В отличие от массового маркетинга, подход с точки зрения различных групп потребителей осуществляется через сегментацию рынка.

**Критериями сегментации потребительского рынка служат:**

Критерии сегментации	Содержание критерия
географические	
демографические	
по стилю жизни	
по особенностям поведения	

**Критериями сегментации организаций являются:**

Критерии сегментации	Содержание критерия
географические	
демографические	
по типу предприятий	
по интенсивности потребления	

2. Прокомментируйте следующие утверждения

Эффективность проведения сегментации обуславливается следующими **требованиями** к ним:

- ✓ сегменты должны быть относительно большими

- ✓ они должны отличаться друг от друга
- ✓ сегменты должны быть доступны
- ✓ они должны существовать продолжительное время

**Последовательность** проведения сегментации включает в себя этапы:

- ✓ анализ характеристик и потребностей потенциальных клиентов
- ✓ определение критериев сегментации
- ✓ оценка сегментов по предъявляемым к ним требованиям
- ✓ выбор наиболее перспективных целевых рынков
- ✓ оценка позиций конкурентов на выбранных целевых рынках
- ✓ позиционирование товара
- ✓ разработка программы практического маркетинга
- ✓ контроль успешности позиционирования товара

### **Кейс - ситуации по сегментации рынка:**

Составить возможные критерии сегментации для данного предприятия, рассмотрев индивидуальных потребителей и организации-потребители

## **1. АГРОТУРИСТИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС "ЗЕЛЁНАЯ ЗВЕЗДА"**

Комплекс рассчитан на тех людей, которые готовы к сельскому образу жизни. Условия для пребывания в агротуристическом комплексе, которые Вам необходимо принять как должное:

1. Комплекс является подразделением агропредприятия «Вятские сады», расположенного в с. Вятское, которое находится в 12 километрах в верх по Каме от районного центра с. Каракулино УР. Общее расстояние от г. Ижевска - 130 км. Дорога правда асфальтовая.
2. Территория комплекса обширна и распростерта на несколько километров вдоль Камского берега. Окрестности представляют собой гористые и

малолесные берега р.Кама. Местность и виды настолько интересны, что Вы можете уйти очень далеко, даже сами этого не замечая. Конечно заблудиться вряд ли получится, но если неправильно подобрать обувь - мозоли на обратную дорогу обеспечены.

3. В окрестностях нередко встречаются змеи (3 вида) и ужи, т.к. рядом расположены заливные луга с многочисленными озерами, на которых и любят жить эти пресмыкающиеся. По слухам они охраняют сокровища, спрятанные Камскими пиратами в местных озерах (оз. Разбойное, оз. Бобровка). Говорят, что укусы их не смертельны, только здесь еще никто этого не испробовал, по крайней мере из местных жителей. Есть вероятность Вам быть первыми, особенно если с особой настойчивостью будете ловить их руками за хвост или пытаться достать со дна озера пиратские клады.

4. Несмотря на то, что территория комплекса имеет охрану и видеонаблюдение, за пределами места проживания иногда вам придется пережить случайную встречу с маргинальными личностями колоритного образа, которые являются отдельными представителями местных жителей и скорее всего окажутся рыбаками, но их внешний вид и неожиданное появление среди буйной растительности может произвести на Вас сильное впечатление. Село образовано 360 лет назад речными разбойниками (пиратами) и многие местные жители до настоящего времени сохранили их внешние черты и манеры поведения.

5. Комплекс включает в себя животноводческую ферму. При встрече с некоторыми обитателями фермы необходимо проявлять осторожность, почувствовав, что они вам понравились, они будут без конца облизывать ваши руки или лицо, кланяться угощению и даже могут попытаться залезть к Вам в авто. Не думайте, что на это способны только кролики или ягнята, это могут сделать даже миниатюрные лошади (имеется в виду залезть в авто).

6. В селе развито пчеловодство и многие местные жители держат «Мух» (так они называют пчел), поэтому надо быть готовым не только к встрече с ароматным и полезным продуктом, но и не всегда дружелюбными производителями ононого, особенно если Вы применяете сильно пахнущие вещества и носите темную одежду. Чаще всего их можно встретить на цветочных полянах заливных лугов, где чрезвычайно разнообразная растительность (около 200 видов дикорастущих цветов), которая будет интересовать не только Вас, но и производителей целебного продукта.

7. Агрофитнес, который является непременным атрибутом сельского образа жизни, может лишить вас старательно накопленных килограммов жировой прослойки и изрядного количества бережно хранимых физических сил.

8. Агротуризм является небезопасным видом активного отдыха: катание на лошадях, велосипедах, квадроциклах, джипах, снегоходах, лодках, лыжах, тюбингах, купание в открытых водоемах и др. представляет собой определенную опасность. По этому, перед тем как выбрать для себя отдых в нашемтуркомплексе, необходимо рассчитать свои силы и возможности в т.ч. финансовые, т.к. соблазнов связанных с потерей дензнаков довольно много.

9. Утешением на фоне вышеперечисленных трудностей для Вас может послужить следующие: натуральные местные продукты питания; кафе с русской печью; летнее кафе с камином; проживание в авто кемпинге с кухней, туалетом, душем; отдых в двухэтажном сеновале с прозрачной крышей; проживание на хуторе в деревянных уютных домиках с зеленой крышей со всеми удобствами и садом; рыбалка на Каме и многочисленных озерах (рыба ловится даже на пустой крючок); походы в баню, <http://pitomnik18.ru>

## 2.Сушите яблоки

**Что нужно сделать, чтобы стать миллионером в 19 лет** Создать успешный бизнес не сложно, считает 19 летний Павел Гуло. Надо просто посмотреть, чего людям не хватает, и дать им это. Например, кто не любит чипсы? Но классические, картофельные, сделанные во фритюре, противоречат всем концепциям ЗОЖ. В Европе в магазинах продают чипсы из яблок, но они не хрустят, а тянутся, поэтому больше напоминают мармеладных мишек и не снискали популярности. Пара месяцев экспериментов на собственной кухне — и у Павла получились вкусные хрустящие чипсы из яблок. Развивающийся бизнес, по расчетам, скоро начнет приносить миллионы, а ассортимент пополнят чипсы из груш и ананасов. Но как сделать такой бизнес успешным, если вам 19 лет?

## Любимчик фортуны

Сказать по правде, Паше начало везти еще до появления на свет. Он родился в Финляндии, в городе Котка, в семье футболиста высшей лиги и артистки ансамбля «Вереск». Ребенком он был желанным, соответственно каждый из родителей старался научить его тому, что лучше всего умел сам. Паша 12 лет занимался футболом и одновременно успешно осваивал фортепиано. Еще были занятия плаванием, боксом и цигуном. Но жизнь свою, как ни странно, он долгое время хотел посвятить управлению городом — мечтал стать мэром. Скажете — странное желание? Нет, все логично.

Когда Паше было пять, родители переехали из Котки в Выборг. И хотя Выборг находился на берегу Финского залива, совсем недалеко от Котки, разница в благоустройстве городов была очевидна. Соответственно, в старших классах Паша Гуло мечтал наладить жизнь в Выборге таким образом, чтобы она стала похожа на жизнь других европейских городов — добиться чистоты, гармонии между застройкой и природой и т.д. и т.п. Подошел серьезно: изучил основы управления городом, нюансы устройства ЖКХ, экономику процесса, написал несколько бизнес-планов, карты благоустройства Выборга. И, наверное, стал бы мэром, но... его отговорил отец. Сказал, что в политике больше подводных

камней, чем открытой воды, поэтому сложно предугадать, куда на самом деле приведут добрые намерения.

### **Бизнес как подушка**

Паша совет отца услышал и решил посвятить себя музыке. Однако хорошо понимал, что фортепиано если и может сделать человека материально независимым, то годам к сорока. А жить хотелось сейчас, здесь и сегодня. Хотелось оказаться в гуще событий, менять мир к лучшему, влиять на социум, конструктивно тратить энергию. К тому же хотелось создать капитал, который позволил бы со временем уйти или в музыку, или в любое другое дело для души.

С родителями Паша много ездил по Европе. Уже лет в 17 он начал присматриваться с целью найти идею для своего бизнеса. Именно тогда он заметил яблочные слайсы, которые лежали на полках европейских магазинов.

— Идея для России хорошая, потому что заранее адаптированная, — вспоминает свои рассуждения Паша. — У нас испокон заготавливают сухофрукты. Но сухофрукты подходят больше для компота, чем для прямого употребления. Европейские яблочные слайсы тоже оставляли желать лучшего, потому что тянулись, а не хрустели. Нужно было придумать именно яблочные чипсы.

### **Хорошо быть капитаном**

Родители хотели, чтобы их ребенок учился в университете. Паша не протестовал, но видел это по-своему. Думал поступить куда-нибудь, чтобы параллельно проходить обучение и строить свой бизнес.

— Уже в одиннадцатом классе я хотел начать реализовывать свои идеи, — смеется Павел. — Хотелось броситься в водоворот, ворваться в деятельность, все кипело, но взрослые не пускали ни коим образом. И тогда я узнал про «капитанов». Это факультет бизнеса РЭУ им. Плеханова под названием «Капитаны России». Удивительное место. Поступив, я попал в окружение людей, которые заняты тем, что воплощают свои идеи в жизнь. Не говорят об идеях, как это принято в нашем обществе, а реально делают дело. Я уже не говорю про многочисленные лекции ведущих бизнесменов и специальные тренинги — только про окружение.

У одного из однокурсников Паши было небольшое предприятие по производству мясных чипсов. Паша приехал, посмотрел на производство и удивился — насколько все оказалось просто. Он заново переработал свою идею чипсов, собрал команду и... за три тысячи приобрел в магазине обычную домашнюю сушилку для яблок.

## Не нанотехнологии, но похоже

Три месяца ушло на эксперименты. Создатели проекта перепробовали десятки сортов яблок, разную толщину долек, температурные режимы и варианты обдува чипсов во время приготовления. Какие именно сорта и режимы легли в основу бизнеса — коммерческая тайна. Но весной этого года на рынок вышел продукт appleslices «youwant», который за полгода стал довольно узнаваемым. Чипсы предлагаются сладкие, кисло-сладкие и кислые, плюс премиум-вариант. Сегодня ведется работа по расширению линейки для включения в нее манго, ананасов, груш и кокосов.



Яблочные чипсы вместо фастфуда

Фото: [project151271.tilda.ws](https://project151271.tilda.ws)

Пашины чипсы хрустят и сохраняют аромат и вкус яблок. При приготовлении (это принципиальный подход) не используются консерванты, сахар и соль. Чипсы изготавливаются из яблок без кожуры, что делает их безопасными для употребления маленькими детьми. Чипсы стоят 100 рублей за пакетик весом 35 граммов, продаются в сетевых кофейнях и через одноименный сайт. Павел говорит, что кроме бизнеса, в их проект заложена идея — привить согражданам мысль о том, что перекус запросто может обходиться без фастфуда.

Идея проверена и успешно работает. С февраля 2018 года чипсы «youwant» начнут продаваться в крупных торговых сетях. Выйдя на полную мощность,

бизнес, согласно расчетам, будет приносить более 15 миллионов рублей в месяц.

### **Критерии оценки:**

оценка **«отлично»** выставляется студенту, если им в ходе обсуждения проявлена творческая активность, высказано большее, чем у других участников количество правильных вариантов решения, ответы наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике.

оценка **«хорошо»** выставляется студенту принявшему активное участие в обсуждении, высказанные идеи разнообразны и применимы на практике, однако допущены незначительные ошибки.

оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при знании материала, понимании проблем, но при недостаточной творческой активности и минимуме идей по решению обсуждаемых проблем;

оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту допустившего грубые ошибки при изложении материала, отсутствии творческой активности и идей по решению обсуждаемых проблем

**Методические указания:** Работа проводится в малых группах для возможности совместного обсуждения и аргументации. По итогам обсуждения кейс-ситуации представители группы презентуют выводы и аргументы

Ожидаемые результаты по разработке кейс-ситуаций:

- формирование у студентов целостного представления о необходимости маркетингового подхода в организациях любой сферы деятельности.
- формирование у студентов умения анализировать и убедительно отстаивать свою точку зрения, совершенствование знаний, навыков и умений в маркетинговом подходе.

**Практическое занятие № 6 Анализ ассортимента торгового предприятия. Современные методы анализа ассортимента. Оценка конкурентоспособности товаров.**

Время выполнения – 8 час.

### **Анализ ассортимента торгового предприятия**

#### **1Цель работы:**

- овладеть навыками анализа ассортимента торгового предприятия, оценки конкурентоспособности товаров.

#### **Задание 1.**

## 2 Общие теоретические сведения

Формирование ассортимента - проблема конкретных товаров, их отдельных серий, определения соотношений между "старыми" и "новыми" товарами, товарами единичного и серийного производства, "научно-техническими" и "обычными" товарами, овециествленными товарами и или лицензиями и "ноу-хау". При формировании ассортимента возникают проблемы цен, качества, гарантий, сервиса, собирается ли производитель играть роль лидера в создании принципиально новых видов продуктов или вынужден следовать за другими изготовителями.

Важнейшим принципом формирования ассортимента товаров является обеспечение его соответствия характеру спроса населения, обслуживаемого клиентами оптового предприятия. Оно должно предусматривать комплексное удовлетворение спроса покупателей в рамках избранного сегмента рынка. В связи с этим ассортимент товаров, предлагаемых оптовым покупателям, должен обладать достаточной широтой и глубиной. При этом широта ассортимента определяется числом товарных групп, подгрупп и наименований товаров, включенных в номенклатуру, а глубина - числом разновидностей товаров по каждому наименованию.

Инструментом, с помощью которого осуществляется регулирование ассортимента товаров на складах оптовых предприятий, является ассортиментный перечень. В него включается перечень наименований товаров, соответствующий установленной широте ассортимента, и минимально необходимое количество разновидностей товаров, которые постоянно должны быть в наличии на складе.

Формированию ассортимента обычно предшествует разработка предприятием **ассортиментной концепции**, которая позволяет определить возможности оптимального производства ассортимента данного вида товаров. Цель ассортиментных концепций - сориентировать предприятие на выпуск товаров, наиболее соответствующих структуре и разнообразию спроса конкретных покупателей. В процессе разработки концепции определяются различные показатели: разнообразие видов и разновидностей товаров (с учетом типологии потребителей); уровень и частота обновления ассортимента; уровень и соотношение цен на товары данного вида и др. Обычно прогнозируется лишь тенденция развития ассортимента (а более точно - ассортиментная структура спроса и товарного предложения). Планирование, формирование и управление ассортиментом продукции - непрерывный процесс, продолжающийся в течение всего жизненного цикла продукта, начиная с момента зарождения замысла о его создании и кончая изъятием из товарной программы. Искусство планирования ассортимента продукции состоит в умении воплощать уже имеющиеся и/или потенциальные технологии и материальные возможности в продуктах, которые, принося производителю прибыль, обладают потребительской ценностью, удовлетворяющей покупателя. Иными словами, производитель занят не просто созданием и производством товаров, но также

формированием клиентуры и удовлетворением ее специфических потребностей.

### **Порядок проведения работы**

Задание 1. По исследуемому вами торговому предприятию проведите анализ номенклатурных показателей ассортимента

Задание 2. По исследуемому вами торговому предприятию проведите анализ по Бостонской матрице.

Задание 3. По исследуемому вами торговому предприятию проведите ABC-анализ.

Задание 4. По исследуемому вами торговому предприятию проведите XYZ-анализ.

Задание 5. По исследуемому вами торговому предприятию проведите совмещенный ABC/XYZ анализ.

### **Отчет о работе**

Отчет о работе должен содержать:

название работы;

цель работы;

выполненные задания.

### **Контрольные вопросы**

1. Дайте определение ассортименту товаров

2. Что называют свойством ассортимента?

3. Какие показатели ассортимента Вы знаете?

4. Что выражает коэффициент широты?

5. Что характеризует коэффициент полноты?

6. Как определить коэффициент устойчивости? Приведите пример.

7. Что характеризует показатель новизны и ассортиментного минимума?

Приведите примеры.

8. Расскажите, как осуществляется анализ ассортимента по Бостонской матрице.

9. Расскажите, как осуществляется ABC-анализ ассортимента.

10. Расскажите, как осуществляется XYZ-анализ ассортимента.

11. Расскажите, как осуществляется совместный ABC/XYZ-анализ ассортимента.

### **Задание 2. Современные методы анализа ассортимента**

#### **Общие теоретические сведения**

Всего можно выделить пять основных методов анализа ассортимента торговой организации:

анализ рентабельности ассортиментной группы товаров;

ABC-анализ;

анализ по адаптированной матрице BCG (Бостонская матрица);

матрица совместных покупок;

анализ по методу Дибба-Симкина.

Анализ рентабельности ассортиментной группы товаров - это наиболее простой и наименее трудоемкий метод анализа ассортимента, который основан

на определении показателей рентабельности при разных состояниях товарной номенклатуры и сравнении их между собой.

Показатель рентабельности продукции представляет собой соотношение между получаемой от продажи товара прибылью и затратами на его закупку. Рентабельность является оценочным показателем, так как на его основе можно определить эффективность производства каждой номенклатурной позиции и принять решение о целесообразности ее закупки. Если рассчитывать этот показатель для группы товаров, то можно оценить эффективность изменений, происходящих в ассортименте. Если рентабельность группы товаров увеличивается, то изменения ассортимента следует принять.

Матрица совместных покупок - это метод анализа ассортимента, выявляющий связи между продуктами, образующиеся в результате их взаимного дополнения для удовлетворения потребности (взаимодополняющие товары) или устойчивого поведения покупателей, приобретающих эти товары одновременно.

Оценка интенсивности связи между продуктами позволяет обосновать решение о сохранении товара в ассортименте, если его продажи недостаточно эффективны, но его наличие в ассортименте вызывает совместные покупки. Результаты анализа могут использоваться в ценовой политике, в коммуникационной политике (в рекламе для планирования размещения информации в каталогах и стимулировании сбыта). Для магазинов результаты анализа будут полезны при размещении товаров в торговом зале.

Прежде чем приступить к анализу совместных покупок, необходимо собрать соответствующую информацию, любые документы, характеризующие покупку одного клиента в определенный момент времени.

В настоящее время при формировании ассортимента розничных торговых предприятий используются два метода, соответствующие современному состоянию экономики: метод ассортиментного перечня и метод потребительского комплекса. Формирование ассортимента предприятий розничной торговли требует специальных знаний в области коммерции, экономики, маркетинга. Это обусловлено принципами этой работы, среди которых ориентация на запросы конкретных.

Анализ по методу Дибба-Симкина позволяет определить основные направления развития отдельных товарных групп, выявить приоритетные позиции ассортимента, оценить эффективность структуры ассортимента и пути ее оптимизации. Для анализа используются данные о динамике продаж и себестоимости продукции (включающей только переменные затраты, без учета постоянных затрат). На основе соотношения объема продаж в стоимостном выражении и вклада в покрытие затрат товар относится к одной из 4-х групп:

А - наиболее ценная для предприятия группа; товары, входящие в эту группу могут служить эталонами при выборе нового товара для включения в ассортимент. Необходимо стремиться к увеличению числа товарных позиций в этой группе, так как увеличение продаж именно этих товаров оказывает наибольшее влияние на прибыль предприятия.

В1 - следует выявлять пути повышения доходности этой продукции (возможности повышения цен, поиск более выгодных поставщиков для снижения себестоимости и т.д.), так как за счет высоких объемов продаж, даже незначительный рост доходности приведет к ощутимому росту прибыли предприятия в целом.

В2 - необходимо искать возможности для увеличения продаж продукции данной товарной группы (проведение промо-акций, реклама и т.д.). Благодаря высокой рентабельности продукции данной группы, темпы роста прибыли предприятия будут выше темпов роста продаж этих товаров.

С - наименее ценные для предприятия товары; необходимо рассмотреть возможности замены ряда товаров из этой группы, а также оценить эффективность исключения наименее прибыльных товаров.

При анализе ассортимента необходимо также учитывать:

учет времени присутствия товара на рынке, так как спрос у потребителей на товары-новинки и товары, утвердившиеся на рынке, различен. Поэтому нужно дать товару время (2 - 3 мес.) для узнаваемости его потребителем, чтобы иметь возможность принять эффективное решение, основываясь на участии товара в товарообороте и доходе.

анализ представленности данной продукции у конкурентов. При более широком ассортименте у конкурентов, потребители могут отдать предпочтение им в будущем. Следовательно, важно отслеживать пользующуюся спросом продукцию, присутствующую в ассортименте конкурирующего предприятия.

существующие рыночные тенденции, например, растущая популярность приверженцев к здоровому образу жизни диктует производителям наличие специальных продуктов в ассортименте.

Проведя такую диагностику своего ассортимента, руководство организации может определить перспективы развития ассортимента на ближайший период, найти средства повышения его прибыльности. Выработать различные стратегии поддержания либо восстановления баланса своего продуктового портфеля.

Доказано, что производственные затраты очень чувствительны к ассортименту. Например, сокращение наполовину ассортимента повышает производительность на 30%, сокращает издержки на 17% и существенно снижает точку безубыточности. Повторное сокращение ассортимента повышает производительность на 75%, сокращает издержки на 30% и снижает точку безубыточности более чем на 50%.

В большинстве случаев с увеличением ассортимента издержки увеличиваются обычно на 20-35% на единицу продукции при удвоении ассортимента. Это теория проверенная на практике, однако, чрезмерное сокращение ассортимента кроме снижения производственных затрат может также привести к резкому снижению продаж, так как узкий ассортимент не будет удовлетворять потребителей. Необходимо так сбалансировать ассортимент, чтобы предприятие не несло лишних производственных затрат, а потребитель остался доволен предложенной ему продукцией. К такому

оптимальному результату должна привести описанная выше методика анализа и управления ассортиментом.

### **Порядок проведения работы**

Задание 1. По согласованию с преподавателем подготовить презентацию на тему «Современные методы анализа».

### **Отчет о работе**

Отчет о работе должен содержать:

название работы;

цель работы;

презентацию по теме исследования.

### **Контрольные вопросы**

1. Дайте определение ассортименту товаров

2. Что называют свойством ассортимента?

3. Какие показатели ассортимента Вы знаете?

4. Что выражает коэффициент широты?

5. Что характеризует коэффициент полноты?

6. Как определить коэффициент устойчивости? Приведите пример.

7. Что характеризует показатель новизны и ассортиментного минимума?

Приведите примеры.

8. Расскажите, как осуществляется анализ ассортимента по Бостонской матрице.

9. Расскажите, как осуществляется ABC-анализ ассортимента.

10. Расскажите, как осуществляется XYZ-анализ ассортимента.

11. Расскажите, как осуществляется совместный ABC/XYZ-анализ ассортимента.

**Задание 3.** Цель работы - научиться выявлять параметры конкурентоспособности продукции, оценивать их количественно, рассчитывать уровень конкурентоспособности конкретного товара и моделировать мероприятия по достижению требуемого уровня конкурентоспособности.

**Методические указания.** Конкурентоспособность товара определяется набором атрибутов (выгод) для потребителей и раскрывается через систему показателей «качество/цена», а оценивается путем сопоставления параметров изделия с базовыми образцами.

Алгоритм расчета конкурентоспособности (КС) можно представить как последовательность выполнения следующих этапов:

разработать на основе знания рынка и требований к товару совокупность показателей его качества;

выбрать из этой совокупности несколько важнейших показателей, например  $m$ , назовем их параметрами качества;

получить количественные характеристики значимости ( $a_i$ ) каждого из  $i$  параметров путем опроса экспертов при соблюдении условия  $i=1, m$ :

$$\sum_{i=1}^m a_i = 1$$

сформулировать модель эталона - образца товара в разрезе выбранных параметров с позиции покупателей, задав его количественные оценки ( $n_{iэ}$ ); разработать количественные оценки тех же самых параметров качества по своему изделию ( $n_{ik}$ ); оценить уровень качества или потребительского эффекта своего товара ( $K$ ) и товара-конкурента ( $K_k$ ) по формулам

$$K = \sum_{i=1}^m a_i \cdot \frac{n_i}{n_{iэ}^3};$$

$$K_k = \sum_{i=1}^m a_i \cdot \frac{n_{ik}}{n_{iэ}^3};$$

где  $a_i$  - количественная оценка значимости  $i$ -го параметра качества;  $n_i$ ,  $n_{ik}$  - количественная оценка  $i$ -го параметра качества соответственно по своему изделию и по изделию-конкуренту;  $i$  - номер параметра качества;  $m$  - количество параметров качества;  $n_{iэ}$  - количественная оценка  $i$ -го параметра качества эталона - образца товара с позиции покупателей;

рассчитать цену потребления своего товара и установить цену  $C_k$  потребления товара-конкурента с учетом отпускной или розничной цены и эксплуатационных расходов в период пользования товаром;

рассчитать интегральный  $KC'$  - показатель конкурентоспособности своего товара по отношению к товару-конкуренту:

$$KC' = \frac{\frac{K}{C}}{\frac{K_k}{C_k}} = \frac{K \times C_k}{K_k \times C};$$

После проведенных расчетов необходимо сделать вывод о степени конкурентоспособности товара. Считается, что если  $KC' < 1$ , то фирма предлагает на рынок явно неконкурентоспособный товар и необходимо изменить его технические и экономические характеристики. Более того, считается, что превышение данного значения на 10-20% слишком мало, чтобы быть уверенным в успехе на рынке. Однако, если это превышение составляет 30-50%, то считается, что фирма занимает на рынке достаточно устойчивое положение.

Превышение в 50-70% по конкурентоспособности говорит о верности выбранного направления действий фирмы на рынке, но достижения необходимо наращивать и думать о том, как их сохранить.

Принято считать, что для гарантированного вывода своего изделия на любой новый рынок фирма должна иметь по нему  $KC' > 1.4$ .

Если  $KC' < 1.4$ , то необходимо провести поиск направлений повышения величины  $KC'$ .

Далее подставляя в формулу (4) желаемый уровень конкурентоспособности (1,4) можно найти тот значение того параметра, за счет которого предстоит увеличить конкурентоспособность.

Далее следует выявить себестоимость и уровень прибыли в цене и оценить возможно ли для вашего изделия установление такой цены. Если нет, то задаем новую пониженную цену и рассчитываем при этой цене КС'. Если он не достиг значения 1.4, то продолжаем процесс моделирования конкурентоспособности, изменяя различные параметра качества. При этом необходимо помнить, что если изменения касаются процесса производства, то себестоимость выпускаемой продукции изменится, и, следовательно, произойдет изменение в цене товара и конкурентоспособности, что усложняет расчет необходимого уровня конкурентоспособности.

### Задача № 1.

Производители отрасли конкурируют друг с другом в рамках видовой и предметной конкуренции, широко используют методы ценовой и неценовой конкуренции. Определите параметры конкурентоспособности, по которым и оцените любой товар.

Данное задание рекомендуется выполнить, используя метод экспертных оценок. Базовое изделие выбрать по собственному усмотрению.

Пример. Дана характеристика легковых автомобилей с рабочим объемом двигателя 1,3 л (таб 1).

Таблица 1 - Характеристики легковых автомобилей с рабочим объемом двигателя 1,3 л.

Марка автомобиля	Модель	Год выпуска	Мощность двигателя	Макс . скорость	Разгон с места до 100 км/ч	Расход топлива	Цена
FIAT	PUNTO 75	С 1993	55	170	12	6,7	22,2
FORD	FIESTA 1.3	С 1991	44	153	14,7	6,4	19,1
	ESCORT 1.3i	С 1991	44	153	17,7	6,9	21,9
HYUNDAI	PONY 1.3	С 1991	43	150	15,9	7	16,8
LADA	SAMARA 1.3	С 1987	48	152	14,5	7,3	13,2
MITSUBISHI	GOLD 1300	С 1988	55	163	13,8	6,9	18,7
NISSAN	MICRA	С 1993	55	170	12	6,1	21,

	1.3						7
OPEL	CORSA 1.3i	До 1989	44	155	15	7,1	17, 3
	KADET T 1.3	До 1989	44	160	15,5	7,2	16, 9
SUZUKI	SWIFT 1.3GL	С 1989	52	163	11,7	5,4	17, 9
VOLKS-	POLO 1.3	До 1989	40	163	14,2	6,8	16, 1
WAGEN	GOLF 1.3	До 1990	40	151	16,7	7,4	20

Возьмём за базовую модель SUZUKI SWIFT 1.3GL, выпускающую с 1989г и рассчитаем, насколько другие модели хуже или лучше данной. Расчёты сведём в таблицу 2.

Таблица 2 - Количественные характеристики факторов конкурентоспособности

Марка автомобил я	Мо щност ь двигат еля	Макси мальная скорость	Р азго н с мест а до 100 км/ч ас	Расх од топлив а (городс кой цикл)	Цена произв одит еля	Ур овень конс ти					К
							q <sub>i</sub>	a <sub>i</sub>	q <sub>i</sub>	a <sub>i</sub>	
SUZUKI	1,00	0,09	1, 00	0,09	1,00	0,1	1 0 0	0 1 0	1 0 0	0 0 8	0 46 7
FIAT	1,06	0,10	1, 04	0,09	1,03	0,1	1 2 4	0 0 8	1 2 4	0 0 7	0 48 6
FORD	0,85	0,08	0, 94	0,08	1,26	0,0	1 1 9	0 0 9	1 0 7	0 0 8	0 43 1
	0,85	0,08	0, 94	0,08	1,51	0,0	1 2 8	0 0 8	1 2 2	0 0 7	0 43 1

HYUNDAI	0,83	0,08	0,92	0,08	1,36	0,07	0,30	0,08	0,04	0,09	0,09	0,425
LADA	0,92	0,09	0,93	0,08	1,24	0,08	0,35	0,08	0,04	0,07	0,11	0,442
MITSUBISHI	1,06	0,10	1,00	0,09	1,18	0,09	0,28	0,08	0,04	0,04	0,08	0,478
NISSAN	1,06	0,10	1,04	0,09	1,03	0,10	0,13	0,09	0,01	0,02	0,07	0,486
OPEL	0,85	0,08	0,95	0,08	1,28	0,08	0,31	0,08	0,07	0,09	0,09	0,433
	0,85	0,08	0,98	0,08	1,32	0,08	0,33	0,08	0,04	0,09	0,09	0,438
VOLKSWAGEN	0,77	0,07	1,00	0,09	1,21	0,08	0,26	0,08	0,00	0,09	0,09	0,430
	0,77	0,07	0,93	0,08	1,43	0,07	0,37	0,08	0,01	0,12	0,08	0,417
Сумма	1	1	1	1	1							

где  $q_i = \frac{a_i}{n_i}$  - количественная оценка значимости  $i$ -го параметра качества;  $n_i$  - количественная оценка  $i$ -го параметра качества;  $n_{iэ}$  - количественная оценка  $i$ -го параметра качества эталона - образца товара с позиции покупателей;  $i$  - номер параметра качества.

Определяя количество баллов, набранных каждой маркой автомобиля, выяснилось, что марка автомобиля NISSAN модели MICRA 1.3 и FIAT PUNTO 75 являются наиболее конкурентоспособными (набрала 0,486 баллов), а затем идет MITSUBISHI GOLD 1300 (набрала 0,478).

## Задача № 2.

В приведены исходные данные различных товаров. Необходимо оценить конкурентоспособность вашего нового товара, который планируется вывести на рынок и смоделировать процесс повышения конкурентоспособности продукции.

Пример. Количественные характеристики автомобиля приведены в таблице 3.

Таблица 3 - Исходные данные для оценки конкурентоспособности.

Выбранные экспертами параметры качества	$n_i$ э	$n_i$	$n_i$ к	a i
расход топлива, л/100км	6, 7	6, 3	6, 2	0 ,1
стоимость запчастей, руб	4 500	5 200	4 800	0 ,1
максимальная скорость, км/ч	2 50	2 00	2 20	0 ,05
удобство салона, балл	1 0	5	8	0 ,05
уровень безопасности, балл	1 0	6	7	0 ,1
долговечность, балл	1 0	8	9	0 ,2
Цена, тыс. руб.	2 50	2 40	2 10	0 ,2
себестоимость тыс. руб/ед.	2 34	2 13	2 00	0 ,2

Оценим уровень качества или потребительского эффекта своего товара (К) и товара-конкурента (Кк) по формулам:

$$K = 0,869$$

$$K_k = 0,872$$

Рассчитаем цену потребителя своего товара и установим цену Цк потребителя товара-конкурента с учётом отпускной или розничной цены и эксплуатационных расходов в период пользования товаром.

$$C_i = 283200 \text{ руб.}$$

$$C_k = 247800 \text{ руб.}$$

Рассчитаем интегральный коэффициент КС' - показатель конкурентоспособности своего товара по отношению к товару-конкуренту:

$$K C' = 0,871$$

т.к.  $K C' < 1$ , то фирма предлагает на рынок неконкурентоспособный товар и необходимо изменить его технические и экономические характеристики.

Подставляя в эту формулу желаемый уровень конкурентоспособности ( $K C' = 1,4$ ), можно найти то значение того параметра, за счёт которого предстоит увеличить конкурентоспособность.

Найдём конкурентную цену для своего товара:  $C = 176$  тыс. руб.  
Устанавливаем, что такой цены быть не может, поскольку она не покрывает даже издержек на производство (213 тыс. руб.)

Подберём такие характеристики при которых товар будет конкурентоспособен. Для этого: надо понизить расход топлива на 0,3 л/100км, стоимость запчастей снизить на 600 руб., максимальную скорость увеличить на 45 км/ч, удобство салона повысить на 12 баллов, уровень безопасности повысить на 10 баллов, долговечность увеличить на 9 баллов, цену снизить на 50 тыс. руб., а себестоимость снизить соответственно на 28 тыс. руб. Приведем результаты расчета в таблице 4.

Таблица 4 - Количественные характеристики автомобиля

Выбранные экспертами параметры качества	$n_i$ э	$n_i$	$n_i$ к	A i
расход топлива, л/100км	6, 7	6, 6	6, 2	0 ,1
стоимость запчастей, руб	45 00	4 600	4 800	0 ,1
максимальная скорость, км/ч	25 0	2 45	2 20	0 ,05
удобство салона, балл	10	1 7	8	0 ,05
уровень безопасности, балл	10	1 6	7	0 ,1
долговечность, балл	10	1 7	9	0 ,2
цена, тыс. руб.	25 0	1 90	2 10	0 ,2
себестоимость тыс.руб/ед.	23 4	1 85	2 00	0 ,2

Тогда с учётом изменений	$K =$	1, 145
получим:	$K_k =$	0, 872
$C_i =$	22420 0	

Цк =	24780 0	
КС' =	1,451	

Таким образом получен коэффициент конкурентоспособности, при котором можно вывести товар на любой новый рынок.

### Практическое занятие № 7 Ценообразование в маркетинге

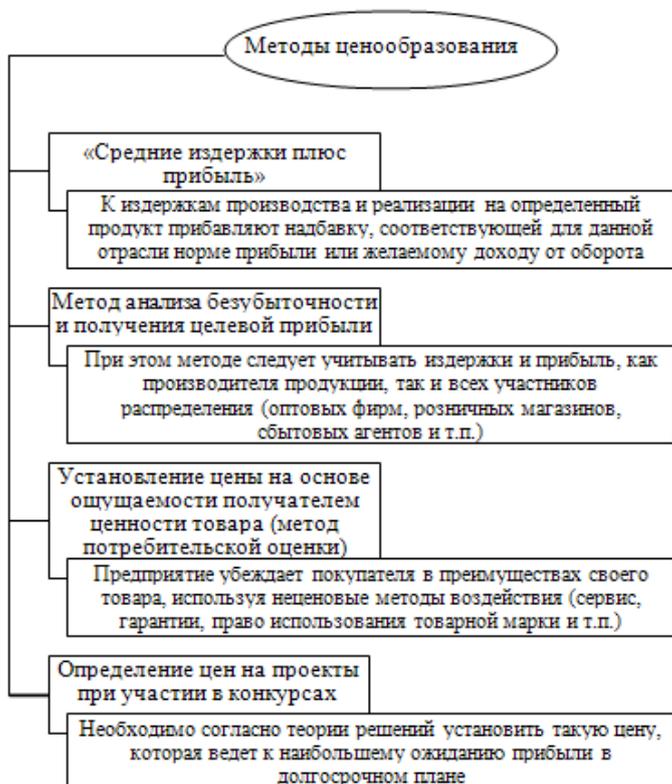
**Цели:** закрепить лекционный материал по теме. Сформировать навыки решения задач по формированию цены.

**Время выполнения:** 10 час.

1. Определить понятия :цена, ценность, себестоимость продукции
2. Заполнить таблицу, перечислив факторы ценообразования

<i>Внутренние факторы</i>	<i>Внешние факторы</i>
1. Выбранная ценовая стратегия	1. Спрос потребителей
2. Производственные факторы:	2. Уровень конкурентности рынка
3. Свойства товара как фактор ценообразования	3. Взаимодействие участников канала товародвижения
	4. Государственное регулирование цен

3. Прокомментировать методы ценообразования, определив их достоинства и недостатки



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

**Задача 2.** 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. 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

**Задача 3.** По данным таблицы, где указаны объемы сбыта товара «А», цена и себестоимость продукции, рассчитайте размер прибыли на каждой стадии ЖЦТ и общую сумму прибыли. Себестоимость 1 кг товара «А» - 43 у.ед.

Стадия ЖЦТ	Цена за 1кг, у.ед.	Объем продаж, кг	Объем продаж, у.ед.	Издержки производства всей продукции, у.ед.	Прибыль (убыток), у.ед.
Внедрение	47	3000			
Рост	52	12000			
Зрелость	50	15000			
Спад	35	70000			
Итого					

**Задача 4.** Если бы у вас появилась возможность открыть пункт мойки машин с постоянными годовыми издержками в 100 тыс. ден. Ед., переменными издержками в сумме 0,5 ден. Ед. на каждый вымытый автомобиль, а конкурентная цена, по подсчетам, должна составлять 1,5 ден. Ед. на автомобиль. Предполагаемое количество обслуживаемых машин 120 тыс. шт. Вложили бы вы свой капитал в это предприятие?

**Задача 5.** Фирма производит 200 тыс. штук кирпича. Издержки производства на весь выпуск составили 90 тыс. рублей. Уровень рентабельности 12%. Рассчитать цену одной тысячи кирпича.

**Методические указания:** Работа проводится в малых группах для возможности совместного обсуждения и аргументации. По итогам обсуждения кейс-ситуации представители группы презентуют выводы и аргументы

## Практическое занятие № 8 Обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций

**Время выполнения:** 12 час.

**Задание 1:** Подберите в СМИ примеры рекламных обращений и определите базовые аргументы

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).

### Задание 2.

В теории и практике маркетинга важное место занимает модель Ансоффа в виде матрицы «товар-рынок» (см. таблицу).

	Товар существующий	Товар новый
Существующий рынок	Глубокое проникновение на рынок	Разработка товара
Новый рынок	Развитие рынка	диверсификация

Модель Ансоффа определяет четыре маркетинговые стратегии:

1. Глубокое проникновение на рынок предполагает интенсификацию товародвижения, создание вертикальных маркетинговых систем, активную рекламу и снижение цены.

2. Разработка товара предполагает его усовершенствование, модернизацию, а следовательно, значительные затраты на рекламу.
3. Развитие рынка связано с выявлением новых сегментов для существующего товара, например, доставка товаров по почте или заказ товаров через Интернет.
4. Диверсификация подобно пионерской стратегии является чрезвычайно рискованной и связана с распылением ресурсов фирмы.

Вопросы:

Какая из стратегий модели Ансоффа является наиболее затратной и почему?

Привести примеры с использованием полей матрицы.

**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

Абонемент в спортивный клуб

**Темы для выступлений:**

Основные положения Закона «О защите прав потребителей».

Основные положения Закона «О рекламе».

Влияние государственных и муниципальных органов управления на процесс ценообразования.

Торговая марка, бренд, их значение и особенности разработки

Особенности услуг и требования к ним в современных условиях.

Психологические аспекты ценообразования.

Ожидаемые результаты по обсуждению творческих заданий:

- формирование у студентов целостного представления о необходимости маркетингового подхода в организациях любой сферы деятельности.

- формирование у студентов умения анализировать и убедительно отстаивать свою точку зрения, совершенствование знаний, навыков и умений в маркетинговом подходе.

*Методические указания:* Работа проводится в малых группах для возможности совместного обсуждения и аргументации. По итогам обсуждения кейс-ситуации представители группы презентуют выводы и аргументы.

**Задание 4** Решение задач:

### **Задача 1.**

Затраты на рекламу составили 500 000 рублей. В результате проведенной рекламной акции объем продаж фирмы за анализируемый период увеличился на 75 000 единиц товара. Цена единицы товара составляет 3000 руб., себестоимость – 2500 руб. Определите эффективность рекламы?

### Задача 2.

Общий сбыт продукции фирмы в городе А, выбранного в качестве объектов испытания рекламы, составлял 4500 контейнеров продукции в год до начала рекламы и 7500 контейнеров после ее проведения. В «контрольном» (не подвергшемся рекламе) городе Б объем продаж составлял 5000 в первом периоде и 6000 – во втором. Расходы на рекламу составили: телереклама – 850 000 рублей; радиореклама – 75 тыс. рублей; адресная рассылка буклетов – 25 тыс. рублей. Продажа каждого дополнительного контейнера, не включая затраты на рекламу, дает фирме дополнительную прибыль в размере 500 рублей. Какова общая эффективность рекламной компании?

### Задача 3.

Рассчитайте экономический эффект от дегустации новой марки вина в ресторане «Созвездие». Торгово-посредническая компания «Ридинг» затратила на рекламную презентацию 1 320 000 руб. Торговая наценка на вино была принята 30%. Информация о товарообороте приведена в таблице:

Период	Числ о дней	Товарооборот , руб.	Среднедневной оборот, руб.	Темп роста, %
До проведения рекламы		1 305 400	261 080	
После проведения рекламы		6 673 800	667 380	255,6

### Задача 4.

Необходимо охватить рекламой аудиторию численностью 38 000 человек. Коэффициент обращения газеты, где публикуется реклама, составляет 1,9. Каков должен быть тираж газеты?

### Задание 5.

Прибыль фирмы имела устойчивый характер: в среднем 500 тыс. руб. в месяц. Была проведена рекламная кампания, которая обошлась в 260 тыс. руб., после чего прибыль удвоилась. Определите эффективность рекламной кампании.

### **Кейс. РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО МАСШТАБА**

В 2002 году впервые за много лет государственное ведомство попадет в число крупнейших рекламодателей. Госкомстат направит на рекламную кампанию переписи населения \$8 млн – почти столько же, сколько тратится, например, на рекламу сети «БиЛайн». На днях стало известно, что координацией масштабной акции займется агентство, возглавляемое Сергеем Зверевым, одним из самых известных специалистов по политическому PR в России. Последняя перепись населения проводилась в 1989 г., предстоящая намечена на будущий октябрь. Министерство финансов выделяет на проведение переписи 4 млрд руб., и, по словам Владимира Соколина, председателя Государственного комитета по статистике, \$8 млн из них пойдут на информационную кампанию. Главная цель рекламной поддержки – убедить граждан пускаться к себе в дом счетчиков, т.е. тех, кто будет проводить опросы. Сумма, которую Госкомстат собирается потратить на рекламу, удивила экспертов. «Они однозначно попадают в двадцатку ведущих рекламодателей», – говорит Андрей Федотов, генеральный директор маркетингового агентства Russian Public Relations Group. По оценкам RPRG, рекламные затраты статистического ведомства сравнимы с бюджетами таких рекламодателей, как «ВымпелКом» (потратила \$4 млн за первую половину 2001 г.), Philip Morris или Japan Tobacco International.

Однако организаторы кампании убеждены, что денег выделяется мало. «Этот бюджет мы с трудом выбили в Минфине. В Америке на кампанию переписи потратили больше \$500 млн, о чем тут говорить?» – сокрушается Соколин. Госкомстат уже провел тендер на организацию информационной поддержки. В конкурсе участвовали семь агентств, среди наиболее крупных – «Максима», «Премьер-СВ». В итоге координатором проекта выбрано PR-агентство «Крос», рекламную часть возьмет на себя фирма «МУВИ» (одна из компаний группы «Видео Интернешнл»), а социологической стороной займется фонд «Общественное мнение». Руководитель «Кроса» Сергей Зверев также признается, что средств мало. О переписи должны узнать около 120 млн человек, т.е. все население страны за исключением детей. Поэтому выделенные средства не должны сравниваться с бюджетами коммерческих фирм – их целевая аудитория существенно уже, говорит Зверев. До того как возглавить «Крос», он работал заместителем главы администрации президента, а ранее – зампредом правления АО «Газпром» и президентом группы «Мост». Во всех этих структурах Зверев отвечал за связи с общественностью и политическими организациями. С рекламными акциями в масштабах России Звереву уже приходилось сталкиваться. Например, он принимал активное участие в выборной кампании Бориса Ельцина в 1996 г. Как будут потрачены бюджетные деньги, уже примерно известно. «МУВИ» собирается снять 15 телевизионных роликов (для разных демографических групп) и разместить рекламу на 1200 поверхностях в 80 городах страны. По словам заместителя председателя Госкомстата Сергея Колесникова, трансляция роликов будет оплачиваться на коммерческой основе, что в случае с государственными рекламными акциями случается нечасто. Например, налоговая полиция обычно размещает рекламу

бесплатно, по специальному письму из этого ведомства. Сопоставимую по масштабам с госкомстатовской информационную акцию проводил в конце 1997 г. Центробанк в рамках подготовки к деноминации. По словам Ирины Ясиной, руководившей в то время пресс-службой Банка России, на информподдержку было выделено порядка \$7 млн, при этом ЦБ благодаря поддержке правительства оплачивал размещение на 30%. Зверев надеется, что скидки можно будет получить и в предстоящую рекламную кампанию, хотя их размер только обсуждается.

Сергей Рыбак / Ведомости (Москва) – 19.10.2001 – № 194

### **Вопросы к кейсу:**

1. Какая форма коммуникаций описывается в данном материале?
2. Какую цель, на Ваш взгляд, пытается достичь государство, устраивая подобные рекламные акции?
3. Какие плюсы и минусы возникают у коммерческой организации, получившей госзаказ?
4. На ваш взгляд выбранные виды рекламы смогут обеспечить эффективную рекламу предстоящей переписи населения?

### **Общие рекомендации**

По всем вопросам, связанным с изучением дисциплины (включая самостоятельную работу), консультироваться с преподавателем.

### **Контроль и оценка результатов**

Оценка за выполнение практической работы выставляется в форме «зачтено-незачтено и по пятибалльной системе и учитывается как показатель текущей успеваемости.

**Оценивание** ответа «зачтено-незачтено» осуществляется следующим образом:

Оценка **зачтено** выставляется, если ответ логически и лексически грамотно изложен, содержателен и аргументирован, подкреплён знанием литературы и источников по теме задания, умением отвечать на дополнительно заданные вопросы; незначительное нарушение логики изложения материала, периодическое использование разговорной лексики, допущение не более трех ошибок в содержании задания, а также не более трех неточностей при аргументации своей позиции, неполные или неточные ответы на дополнительно заданные вопросы.

Оценка **незачтено** выставляется, если в ответе допущено существенное нарушение логики изложения материала, систематическое использование разговорной лексики, допущение более трех ошибок в содержании задания, а также более трех неточностей при аргументировании своей позиции, неправильные ответы на дополнительно заданные вопросы; существенное

нарушение логики изложения материала, полное незнание литературы и источников по теме вопроса.

**По пятибалльной системе:**

Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений		Критерии оценки результата
балл (оценка)	вербальный аналог	
5	отлично	Представленные работы высокого качества, уровень выполнения отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, выполнены все предусмотренные практической работой задания.
4	хорошо	Уровень выполнения работы отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные практической работой задания выполнены, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.
3	удовлетворительно	Уровень выполнения работы отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных практической работой заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
2	не удовлетворительно	Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных практической работой заданий не выполнено.