

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ
КРАЕВОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«КРАСНОЯРСКИЙ КОЛЛЕДЖ ОТРАСЛЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

РАССМОТРЕНО

методической комиссией
протокол № 10 от 20.06.2025 г.

УТВЕРЖДЕНО

Директор КГБПОУ «Красноярский колледж
отраслевых технологий и предпринимательства»
/Н. В. Журова/
Приказ № 01-61-1П от 30.06.2025 г.

ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ
СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

38.02.08 Торговое дело

на базе основного общего образования

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности
в сфере торговли

Зам. директора по УР _____ / _____ /
Подпись

Красноярск, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка
2. Общие рекомендации по выполнению и оформлению практических занятий и лабораторных работ
3. Методика проведения практических занятий и лабораторных работ
4. Содержание практических занятий и лабораторных работ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Методические указания к проведению лабораторных работ по профессиональному модулю ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли, предназначены для обучающихся СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Уровень профессиональной подготовки по специальности 38.02.08 Торговое дело, определяемый ФГОС СПО, предусматривает владение практическими навыками выбора материалов для профессиональной деятельности.

Формируемые компетенции, реализуемые в процессе выполнения практических занятий и лабораторных работ:

Владеть навыками	выявления проблем и формулирования целей исследования;
	планирования проведения маркетингового исследования;
	определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
	подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;
	поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
	подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;
	проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;
	разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
	применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;
	применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;
	проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
	проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
	установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;
	применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
	использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана;
	разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов;
	расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов;
определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности;	
сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.	
Уметь	применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
	определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;

составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;
анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;
проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;
обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;
обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;
анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
развивать идеи до бизнес-предложений;
оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;
оценивать риски, связанные с бизнесом;
анализировать бизнес-концепции;
предлагать идеи для дальнейшего развития;
применять методы принятия оптимальных решений;
находить аргументы в пользу идей;
принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;
обосновывать и оценивать цели и ценности;
представлять идеи, дизайн, видения и решения;
применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;
использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;
создавать деловые электронные презентации
собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;
использовать методы экономического анализа;
анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;
оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;
разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;
оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;
предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;
собирать информацию о бизнес-проблемах;
анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.

Знать	составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
	методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
	порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
	этапы маркетинговых исследований, их результат;
	методы проведения маркетингового исследования;
	психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;
	средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;
	порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
	виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
	методы оценки конкурентной среды;
	нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
	роль и значение бизнес-плана;
	основные функции бизнес-плана;
	классификацию основных типов бизнес-планов;
	методологию и процессы развития бизнес-идеи;
	порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;
	принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;
	методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;
	методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;
	методы, способы и приемы для решения задач по анализу;
	типы факторных моделей;
	схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;
	методику анализа эффективности использования производственных ресурсов
	методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;
	спектр специализированных программных продуктов;
	интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;
	инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения;
	риски: понятия и видов;
	методы оценки риска, связанных с бизнесом;
	меры снижения риска, связанных с бизнесом;
методы оценки выполнимости бизнес-идеи;	
основные способы анализа и оценки рисков;	
состав моделей оценки риска;	
способы оценки риска ликвидности.	

Выполнение практических и лабораторных работ формирует и развивает общие и профессиональные компетенции:

Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 2	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)
ПК 2.1.	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПК 2.2.	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
ПК 2.3.	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий
ПК 2.4.	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках
ПК 2.5.	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.6.	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.7.	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности
ПК 2.8.	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы

2. ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ И ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

Лабораторные (практические) работы выполняются обучающимися по графику, составленному в соответствии с рабочей программой профессионального модуля ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли.

Результат изучения профессионального модуля ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли зависит от содержания лабораторных (практических) работ, которые соответствуют более глубокому освоению профессионального модуля, закреплению теоретических знаний и прививают обучающимся практические навыки самостоятельной работы.

Задача лабораторных работ (практических занятий) – закрепить теоретические знания обучающихся.

Согласно учебного плана по специальности и программы профессионального модуля на лабораторные (практические) занятия обучающихся выделено 102 академических часов, из них:

Наименование раздела, номер и тема лабораторной работы	Количество часов
Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований	26
Практическое занятие 1. Построение дерева целей маркетинговых исследований.	2*
Практическое занятие 2. Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.	2*
Практическое занятие 3. Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).	2*
Практическое занятие 4. Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации.	2*
Практическое занятие 5. Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения.	2*
Практическое занятие 6. Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы.	2*
Практическое занятие 7. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли (предприятие определяется по выбору обучающихся).	2*
Практическое занятие 8. Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).	2*
Практическое занятие 9. Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся).	2*
Практическое занятие 10. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник	2*
Практическое занятие 11. Проведите сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов	2*
Практическое занятие 12. Построение программы выборочного	2*

маркетингового исследования. Сбор информации и обобщение результатов выборочного исследования.	
Практическое занятие 13. Презентация отчета результатов маркетингового исследования.	2*
Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности	24*
Практическое занятие 1. Ценовая тактика или корректировка цен для достижения генеральных целей бизнеса	2*
Практическое занятие 2. Расчёт фактической цены товара и ее влияние на заготовительный оборот изменений фактического объёма закупок и среднего уровня закупочных цен.	1*
Практическое занятие 3. Определение максимальных закупочных цен в системе госзакупок.	1*
Практическое занятие 4. Кейс 1. Построение алгоритма разработки ценовой политики торговой организации в зависимости от генеральных целей бизнеса. Кейс 2. Анализ цен и товаров конкурентов. Кейс 3. Сравнительный анализ ценовой политики по различным предприятиям региона и страны.	4*
Лабораторная работа 5. Практика использования метода полных затрат, практика использования предельных затрат.	2*
Практическое занятие 6. Кейс 1. Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле. Кейс 2. Заполните недостающие элементы в структурно-логической схеме розничной цены товара, поясните на примере конкретного товара классификацию цен в зависимости от стадии товародвижения. Кейс 3. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей.	2*
Практическое занятие 7. Практика поправок на базисные условия поставок, на комиссионное вознаграждение посредника, на платеж наличными, на количество, на инфляцию, на технико-экономические параметры. Учет в конкурентной цене коммерческих поправок и введение поправки на комплектацию	2*
Практическое занятие 8. Анализ и оценка индивидуальных и коллективных соглашений о поддержании розничных цен	2*
Практическое занятие 9. Формирование цен с помощью торговые скидок. Практика применения системы скидок на конкретном торговом предприятии. Практический опыт крупнейших электронных торговых площадок.	2*
Практическое занятие 10. Анализ и оценка стратегий ценовой и неценовой конкуренции по материалам реального сектора экономики.	2*
Практическое занятие 11. Методика и практика применения расчета цен внешнеторговых контрактов	2*
Практическое занятие 12. Практика определения размера таможенных пошлин на экспортируемую и импортируемую продукцию, на импортные товары в розничной сети и в сети Интернет.	2*
Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы	36*
Лабораторное занятие 1. Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора.	2*
Лабораторное занятие 2. Построение организационной структуры	2*

управления предпринимательской единицы	
Лабораторное занятие 3. Формирование и описание бизнес-идеи	4*
Практическое занятие 4. Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.	4*
Лабораторное занятие 5. Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга.	4*
Лабораторное занятие 6. Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса.	4*
Лабораторное занятие 7. Возможные риски и формы страхования. Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков.	4*
Лабораторное занятие 8. Описание компании. Разработка логотипа фирмы и составление слогана.	2*
Лабораторное занятие 9. Оценка целевого рынка. Применение метода 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории. Разработка анкеты для опроса потенциальных клиентов и распространение ее в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах.	2*
Лабораторное занятие 10. Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности.	2*
Лабораторное занятие 11. Разработка организационной структуры управления компании. Структурные подразделения компании, их описание и функциональное назначение.	2*
Лабораторное занятие 12. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.	2*
Лабораторное занятие 13. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Расчеты цен и себестоимости.	2*
Лабораторное занятие 14. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении. Составление плана переменных расходов.	4*
Лабораторное занятие 15. Расчет точки безубыточности.	2*
Лабораторное занятие 16. Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев	4*
Лабораторное занятие 17. Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта: - Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) - Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue) - Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) - Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)	4*
Лабораторное занятие 18. Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта	2
ИТОГО:	102*

3. МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ И ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

Цель лабораторных работ: формирование у студентов аналитического, творческого мышления путем усвоения методологических основ и приобретения практических навыков организации и осуществления предпринимательской деятельности в сфере торговли, необходимых в практической работе и для принятия оптимальных управленческих решений.

Исходя из поставленных целей, в работе будут решаться следующие задачи:

Закрепление знаний по:

- использованию методов сбора, обработки и анализа экономической информации,
- осуществлению технико-экономических расчетов;
- анализу финансово-хозяйственной деятельности организации.

Ознакомиться:

- с приемами и методами интерпретации экономических показателей в торговой организации;
- с маркетинговыми инструментами;
- с основными способами анализа и оценки рисков;
- с финансовой моделью деятельности предпринимательской единицы;
- с методами оценки эффективности инвестиционного проекта.

При выполнении лабораторной работы формируются навыки:

- обобщения и систематизации информации, принятия оптимальных управленческих решений;
- разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.

Научиться пользоваться:

- интернет ресурсами и информацией СМИ
- поисковыми системами.

4. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ И ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований

Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований

Лабораторная работа

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Понятия и сущность маркетинговых исследований»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Понятия и сущность маркетинговых исследований».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально или в парах (по усмотрению преподавателя).

Практические задания:

Задача № 1. Изучить основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Рассмотреть предложенный вариант.

Задание 2. Определить, что является основополагающим для достижения поставленной цели. Сформулировать цели первого порядка. Записать их в схеме дерева целей.

Задание 3. Для каждой подцели первого порядка определить, какие действия могут обеспечить их достижение. Сформулировать цели второго порядка. Включить их в схему дерева целей.

Задание 4. Провести аналогичную работу для подцелей второго и нижеследующих уровней, доведя до максимально конкретного уровня действий (Например, подписать договор, купить принтер и т.п.).

ОТЧЕТ

1. Построить дерево целей из выбранного варианта главных целей:

А. Стимулировать сбыт продукции компьютерной компании в краткосрочной перспективе.

Б. Повысить конкурентоспособность гостиницы.

В. Отремонтировать помещение ателье пошива верхней одежды при ограниченных средствах и сохранении производственных объемов.

Г. Открыть туристскую фирму (агентство).

2. Дерево целей представить в виде схемы/рисунка.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований

Лабораторная работа 2. Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Понятия и сущность маркетинговых исследований»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Понятия и сущность маркетинговых исследований».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально или в парах (по усмотрению преподавателя).

Практические задания:

Задача № 1. Проанализировать предложенную ситуацию.

Задача № 2. Ответить на вопросы, поставленные после ситуации.

Задание 1.

Ситуация: Анализ деятельности предприятия ООО «Виктория +», основным направлением деятельности которого является производство пластиковой мебели и пластиковых товаров для дома, показал, что на протяжении последних двух месяцев идет постепенное снижение объема продаж. На очередном совещании директор предприятия Васильева Елена Алексеевна решила обсудить возникшую проблему и разработать план действий по ее решению. На совещании присутствовали руководители все отделов предприятия.

Директор предприятия:

– Здравствуйте, уважаемые коллеги! Анализ объемов продаж нашей продукции показал, что на протяжении последних двух месяцев идет постепенное снижение продаж как в стоимостных, так и в количественных показателях. За прошедшие 5 лет снижения объемов продаж в аналогичные месяцы не наблюдалось, периодически наблюдался даже рост. Кто из руководителей отделов может объяснить причину?

Начальник отдела сбыта:

– Сотрудники нашего отдела отмечают, что клиентов не стало меньше, но объемы заказов значительно сократились. Вопрос, почему это происходит, скорее, следует переадресовать руководителю отдела маркетинга.

Директор предприятия:

– Хорошо. Если вам больше нечего сказать, я обращаюсь к отделу маркетинга. Руководитель отдела маркетинга, у вас есть объяснение сложившейся ситуации?

Руководитель отдела маркетинга:

– Мы уже работаем над этой проблемой. Проведён анализ рынка по вторичной информации, который показал, что на наш рынок вышел новый конкурент. Он практически дублирует наши действия и в ассортиментной, и в сбытовой, и в ценовой политиках. У него очень активные, хорошо подготовленные агенты по продажам. Наше преимущество заключается в наличии собственного производства. Для разработки плана действия нам необходимо собрать первичную информацию от наших ключевых клиентов.

Директор предприятия:

– Сколько времени вам для этого необходимо? Потребуется ли дополнительная помощь?

Руководитель отдела маркетинга:

– Опросный лист у нас готов. Помощь в сборе необходимой информации потребуется от агентов по продажам, при их активном участии исследование и анализ можно закончить в течение недели.

Директор предприятия:

– Начальник отдела сбыта, проинструктируйте своих сотрудников о важности данной работы и организуйте быстрый сбор информации в течение трех дней. Отделу маркетинга – срок четыре дня для подготовки плана мероприятий и обоснования его бюджета.

ОТЧЕТ

1. Ответить письменно на вопросы:

1. Сформулируйте цели маркетингового исследования, проводимого на предприятии ООО «Виктория +».
2. В чем заключаются различия между управленческой проблемой и проблемой маркетингового исследования? Сформулируйте проблему маркетингового исследования для предприятия ООО «Виктория +».
3. Какие основные классификационные признаки маркетинговой информации вы знаете? Назовите отличие между первичной и вторичной информацией.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 1.2. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы

Лабораторная работа 3. Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Сущность и содержание маркетинговой информационной системы»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Сущность и содержание маркетинговой информационной системы».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Познакомиться со структурой и основными этапами проведения маркетингового исследования.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Выбрать предприятие торговли.

Задание 2. Выявить проблему.

Задание 3. Определить этапы проведения маркетингового исследования на данном предприятии.

ОТЧЕТ

1. Задание выполнить в письменном виде.

2. Этапы проведения маркетингового исследования представить в виде схемы.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 1.3. Типы маркетинговых исследований

Лабораторная работа 4. Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Типы маркетинговых исследований»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Типы маркетинговых исследований».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Познакомиться с типами маркетинговых исследований.

Задача № 2. Выполнить задание.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Крупная медицинская компания запланировала запуск нового товара – бактерицидных пластырей с серебром. На рынке было много конкурентов с большим разбросом цен и несколько поставщиков. Чтобы понять, какая цена на пластыри позволит заработать, какой тип маркетингового исследования компания должна использовать?

ОТЧЕТ

1. Обосновать предложенный тип маркетингового исследования.

2. Задание выполнить в письменном виде.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 1.3. Типы маркетинговых исследований

Лабораторная работа 5. Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения.

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Типы маркетинговых исследований»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Типы маркетинговых исследований».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить типы маркетинговых исследований.

Задача № 2. Провести сравнительный анализ типов маркетингового исследования.

Задача № 3. Составить отчет.

ОТЧЕТ

1. Задание выполнить в письменном виде, заполнив таблицу:

Типы маркетингового исследования	Преимущества	Недостатки	Область применения
Первичные			
Вторичные			

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 1.3. Типы маркетинговых исследований

Лабораторная работа 6. Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Типы маркетинговых исследований»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Типы маркетинговых исследований».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить метод фокус-групп. Выявить достоинства и недостатки данного метода.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Разработать сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп

Задание 2.

Исследовать поведение и реакцию возможных потребителей на позиционирование сотового телефона. Сформулировать цель данного эксперимента, перечислить задачи.

ОТЧЕТ

1. Выполнить работу в письменном виде, заполнить таблицу:

Структура сценария метода фокус-групп	Характеристика
Цель исследования:	
Задачи:	
1. Вступление	
2. Фоновые вопросы	
3. Основные вопросы	
4. Дополнительные вопросы	
5. Окончание	

2. Сделать выводы по проведенному исследованию.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды

Лабораторная работа 7. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли (предприятие определяется по выбору обучающихся).

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методы расчета емкости и объема целевого рынка.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Пекарня планирует реализовать свою продукцию в небольшом городе.

Исходные данные:

- численность населения города – 100 тысяч человек, из которых 5% вообще не покупают выпечку, остальные берут регулярно;

- дневная норма потребления – 1 кг на домохозяйство (примерно по три человека);

- средняя розничная цена хлеба (за 1 кг) – 50 руб.

Рассчитать емкость и объем целевого рынка.

Задание 2.

На основании выбранного предприятия, рассчитать емкость и объем целевого рынка.

ОТЧЕТ

1. Задание выполнить в письменном виде, обосновав расчеты.

2. Сделать выводы по полученным данным.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды

Лабораторная работа 8. Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара.

Задача № 2. Выполнить задание.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Выбрать товар для определения его конкурентных преимуществ.

Задание 2. Оценить конкурентные преимущества выбранного товара.

ОТЧЕТ

1. Задание выполнить в письменном виде, прописав каждый этап:

Этап 1: Составить перечень всех оцениваемых параметров.

Этап 2: Оценить уникальные характеристики, выгодно отличающие свой товар от аналогичных на рынке.

Этап 3: Составить план действий.

2. Сделать выводы по полученным данным.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований

Лабораторная работа 9. Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся).

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Выбрать торговое предприятие для определения доли его присутствия на рынке. Собрать необходимую информацию.

Задание 2. Определить рыночную долю присутствия выбранного торгового предприятия, используя традиционный метод исследования.

ОТЧЕТ

1. Задание выполнить в письменном виде, обосновав расчеты.

2. Сделать выводы по полученным данным.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований

Лабораторная работа 10. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия.

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методику расчета финансовых показателей деятельности предприятия.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Выбрать торговое предприятие для оценки финансовых показателей его деятельности.

Задание 2. Собрать необходимую информацию.

Задание 3. Выполнить необходимые расчеты.

ОТЧЕТ

1. Задание выполнить в письменном виде.

2. Показатели внести в таблицу, указать расчетные формулы:

Показатели	Базисный период	Отчетный период	Темп изменения, %	Отклонение, (+;-)

2. Сделать выводы по полученным данным.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 1.6. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований

Лабораторная работа 11. Проведите сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов.

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально или в парах (по желанию преподавателя).

Практические задания:

Задача № 1. Познакомиться с методами сбора первичной информации для проведения маркетингового исследования.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Определить цель и задачи маркетингового исследования. Разработать план.

Задание 2. Провести сбор информации, согласно плана.

ОТЧЕТ

1. Выполнить анализ собранной информации.

2. Результаты представить в письменном виде.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 1.7. Система выборочных маркетинговых исследований

Лабораторная работа 12. Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации и обобщение результатов выборочного исследования.

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Система выборочных маркетинговых исследований»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Система выборочных маркетинговых исследований».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Познакомиться с построением программы выборочного маркетингового исследования.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Построить программу выборочного маркетингового наблюдения (объект исследования студент выбирает самостоятельно).

Задание 2. Провести сбор необходимой информации.

Задание 3. Выполнить анализ результатов выборочного исследования.

ОТЧЕТ

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 1.9. Оформление отчета маркетинговых исследований

Лабораторная работа 13. Презентация отчета результатов маркетингового исследования.

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Оформление отчета маркетинговых исследований»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Оформление отчета маркетинговых исследований».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально или в парах (по желанию преподавателя).

Практические задания:

Задача № 1. Изучить программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Разработать отчет маркетингового исследования.

Задание 2. Разработать выводы и рекомендации.

ОТЧЕТ

1. Отчет о проведении маркетингового исследования должен иметь следующую структуру:

Титульный лист
Оглавление
Резюме для руководства
Введение
Основная часть
Выводы и рекомендации
Приложения

2. Результаты маркетингового исследования могут быть представлены в виде текста, таблицы или рисунка.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности

Тема 2.1. Цена как маркетинговый инструмент хозяйствования

Лабораторная работа 1. Ценовая тактика или корректировка цен для достижения генеральных целей бизнеса

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Цена как маркетинговый инструмент хозяйствования»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Цена как маркетинговый инструмент хозяйствования».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально или в парах (по желанию преподавателя).

Практические задания:

Задача № 1. Изучить формулы расчета коэффициента эластичности спроса.

Задача № 2. Решить задачи, сделать вывод.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Чему равен коэффициент эластичности спроса по цене, если при увеличении уровня цены на 2% величина спроса снизилась на 4%?

Задание 2.

Точечная эластичность спроса на товар равна -3. В результате снижения цены на 1% количество продаваемого товара выросло до 206 штук. Чему был равен первоначальный объем спроса на данный товар?

Задание 3.

Если спрос задан функцией $Q_d=50-P$, а цена упала с 20 ден. ед. на 10%, то при значении коэффициента эластичности спроса 0.6, чему равно изменение спроса, выраженное в процентах?

Задание 4.

Чему равен коэффициент перекрестной эластичности спроса на товар А, если цена товара-заменителя снизилась на 15%, а выручка от реализации товара А по прежней цене при этом изменилась на 5%.

Задание 5.

Чему равен коэффициент эластичности спроса по доходу, если при росте величины дохода на 3 % величина спроса при той же цене выросла на 6%?

Задание 6.

Если изменение в доходах потребителей с 10 000 до 12 000 ДЕ привело к росту объемов спроса на 20%, то чему равен коэффициент эластичности?

Задача 7.

Чему равен коэффициент эластичности предложения овощной продукции, если при росте закупочной цены с 40 до 60 руб. величина предложения возросла со 120 до 160 тонн?

Задача 8.

Фирма производила 20 единиц продукции и продавала их по цене 1500 руб. за штуку. Увеличение выпуска продукции этой фирмой на 5 единиц привело к снижению цены на 50 руб. Как изменилась выручка этой фирмы?

ОТЧЕТ

1. Выполнить решение задачи.

2. Расчеты представить в письменном виде, сделать вывод.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 2.2. Антимонопольная политика и государственное регулирование цен на товары

Лабораторная работа 2. Расчёт фактической цены товара и ее влияние на заготовительный оборот изменений фактического объёма закупок и среднего уровня закупочных цен.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Антимонопольная политика и государственное регулирование цен на товары»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Антимонопольная политика и государственное регулирование цен на товары».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методику расчета фактической цены товара.

Задача № 2. Решить задачи, сделать вывод.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

В таблице приведены данные по реализации продукции: объёмы и сумма выручки, полученная от реализации продукции:

№ п/п	Виды продукции	Количество, т.	Цена за единицу продукции, руб.	Сумма выручки, тыс.руб.	Структура товарной продукции, %
1	Картофель	1 320		8 920	
2	Овощи	870		22 750	
3	Фрукты	240		12 592	
4	Молоко	10 300		196 400	
5	Мясо	280		68 200	
	Итого				

Определить:

1. Цену за единицу реализованной продукции по видам.
2. Структуру товарной продукции.
3. Определить влияние на сумму выручки изменений фактического объема продукции и цены за единицу продукции.

Задание 2.

В таблице представлены данные для определения заготовительного оборота:

№ товара	Объем закупок заготовительными организациями, ц.	Средняя цена закупа, руб. за 1 ц.	Общий объем заготовительного оборота, руб.
1	43344	1,89	
2	5483	25,46	
3	15452	15,44	
4	5645	6,5	
5	666	189,06	
6	4157	14,98	
7	248	583	
8	8882	24,8	

Определите влияние на заготовительный оборот изменений фактического объема закупок и среднего уровня закупочных цен.

ОТЧЕТ

1. Выполнить решение задачи.
2. Расчеты представить в письменном виде, сделать вывод.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 2.2. Антимонопольная политика и государственное регулирование цен на товары

Лабораторная работа 3. Определение максимальных закупочных цен в системе госзакупок.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Антимонопольная политика и государственное регулирование цен на товары»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Антимонопольная политика и государственное регулирование цен на товары».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методику определения максимальных закупочных цен в системе госзакупок.

Задача № 2. Решить задачу, сделать вывод.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Таблица – Данные для определения максимальных закупочных цен

Предложение	Кол-во товара, шт.	Цена за единицу, руб.	Ценовое предложение, руб.
Коммерческое предложение №1	2	65000	130000
Коммерческое предложение №2	2	140000	280000
Коммерческое предложение №3	2	185000	370000
Коммерческое предложение № 4	2	150000	300000
Коммерческое предложение № 5	2	175000	350000

Определить начальную максимальную цену контракта методом сопоставимых рыночных цен и коэффициент вариации. Сделать вывод об однородности совокупности ценовых значений.

ОТЧЕТ

1. Выполнить решение задачи.
2. Расчеты представить в письменном виде, сделать вывод.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 2.3. Ценовая политика торговой организации

Лабораторная работа 4.

Кейс 1. Построение алгоритма разработки ценовой политики торговой организации в зависимости от генеральных целей бизнеса.

Кейс 2. Анализ цен и товаров конкурентов.

Кейс 3. Сравнительный анализ ценовой политики по различным предприятиям региона и страны.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Ценовая политика торговой организации»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Ценовая политика торговой организации».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить теоретические аспекты данной темы.

Задача № 2. Решить кейсы, сделать вывод.

Задача № 3. Составить отчет.

ОТЧЕТ

1. При решении кейса 1 необходимо учесть цели:

Стратегические (долгосрочные)	Тактические (среднесрочные)	Оперативные (краткосрочные)
Лидерство в ценах	Противодействие конкурентам	Удержаться на плаву
Лидерство по нововведениям	Внедрение на рынок нового продукта	Кратковременная максимизация прибыли
Лидерство по доле рынка	Повышение узнаваемости бренда	Кратковременная максимизация продаж

Таблица – Алгоритм разработки ценовой политики

Этапы формирования ценовой политики предприятия	Алгоритм
---	----------

Этап 1. Постановка целей ценообразования	
Этап 2. Анализ условий	
Этап 3. Определение метода	
Этап 4. Установка итоговой цены	

2. При решении кейса 2 необходимо выполнить сопоставление товаров

Таблица – Сводная информация для сопоставления товаров конкурентов и их цен

Группы товаров	Цены, руб.		
	Компания А	Конкурент 1	Конкурент 2
1. Идентичные - -			
2. Однородные (аналогичные, заменители) - -			
Дифференцированные - -			

Таблица – Сводная информация для сравнительного анализа цен

Метрики	Товар А	Товар Б	Товар В
1. Количество конкурентов			
2. Диапазон цен конкурентов			
3. Коридор оптимальных цен			
4. Средняя цена			
5. Медианная цена			
6. Δ от медианной цены			
7. Δ от минимальной цены			
8. Δ от средней цены			
9. Δ от максимальной цены			
10. Оптимальная цена согласно стратегии			

2. При решении кейса 3 необходимо провести сравнительный анализ ценовой политики по различным предприятиям региона и страны:

Название компании	Виды ценовой политики	Характеристика

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 2.4. Основные методы ценообразования в торговой организации

Лабораторная работа 5. Практика использования метода полных затрат, практика

использования предельных затрат.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Основные методы ценообразования в торговой организации»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Основные методы ценообразования в торговой организации».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методику расчета полных затрат, предельных затрат.

Задача № 2. Решить задачи, сделать вывод.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Определить цену изделия методом полных затрат при следующих условиях:

Прямые затраты:

- сырье и материалы – 240 руб.
- оплата труда основных производственных рабочих – 195 руб.
- прочие прямые затраты – 45 руб.

Косвенные расходы – 190 руб., R – 15%.

Задание 2.

Определить цену ед. продукции методом полных затрат, если запланирована R– 20% издержек при следующих данных:

Q – 1000 шт.; переменные издержки на материалы 9000 руб., раб. сила – 1000 руб.

Постоянная расходы – 3800 руб.

Задание 3.

Производитель, исходя из 75% загрузки производственной мощности, включил в свою программу выпуск продукта А в количестве 50 000 шт. в год. Полные затраты этого выпуска составили 210 000 руб. Процент рентабельности к полным затратам принят на уровне 20%. С помощью метода полных затрат определите оптовую цену продукта А.

Задание 4.

Определите средний и предельный продукт труда и постройте соответствующие кривые на основании изменения выпуска продукции вследствие изменения объемов используемых трудовых ресурсов, представленных в таблице:

Затраты труда (чел.)	0	1	2	3	4	5	6	7
Объём продукта (ед.)	0	25	62	96	124	150	174	196

Задание 5.

Вычислите издержки и заполните недостающие данные в таблице:

Количество продукции, ед.	Средние постоянные издержки, тыс. руб.	Переменные издержки, тыс. руб.	Средние валовые издержки, тыс. руб.	Предельные издержки, тыс. руб.	Валовые издержки, тыс. руб.
0					
10			20		
20					
30				11	390
40		420			
50	2		14		

ОТЧЕТ

1. Выполнить решение задачи.
2. Расчеты представить в письменном виде, сделать вывод.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 2.4. Основные методы ценообразования в торговой организации

Лабораторная работа 6.

Кейс 1. Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле.

Кейс 2. Заполните недостающие элементы в структурно-логической схеме розничной цены товара, поясните на примере конкретного товара классификацию цен в зависимости от стадии товародвижения.

Кейс 3. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Основные методы ценообразования в торговой организации»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Основные методы ценообразования в торговой организации».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить теоретические аспекты данной темы.

Задача № 2. Решить кейсы, сделать вывод.

Задача № 3. Составить отчет.

При решении кейса 1 необходимо показать умение расчета цен:

Задание 1.

Необходимо определить цену на кухонную электрическую плиту балловым методом, если цена базовой плиты 55 тыс. руб., балловая оценка основных параметров базового и нового

изделий приведена в таблице:

Показатель	Балловая оценка параметров					
	Количество потребляемой электроэнергии	Разнообразие функций	Дизайн	Срок службы	Безопасность	Мощность
Базовая плита	75	50	40	60	45	40
Новая плита	80	70	55	60	52	50
Коэффициент весомости	0,3	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1

Задание 2.

Определить розничную цену на ювелирное изделие. Ювелирная фабрика произвела и реализовала ювелирное изделие по отпускной цене 750 тыс. руб. Ставка НДС – 15%. Торговая надбавка составила 30%.

Задание 3.

Определить оптовую цену за 1 тонну товара, если рентабельность составляет 25 %, себестоимость – 2650 тыс. руб.

Задание 4.

Обувная фирма заключила договор с оптовой базой на поставку партии женских сапог по цене 2500 руб. за пару, включив в договор поставки оговорку о повышении цены в случае увеличения издержек на материалы и заработную плату. Определить повышение цены (в %) за время, прошедшее с момента подписания договора до фактической их поставки. Известно, что за этот период при изготовлении одной пары сапог стоимость материалов увеличилась с 600 до 800 руб., размер заработной платы основных рабочих - с 80 до 100 руб.

Необходимо учесть, что при определении цены доля материалов составляет 60% от цены, доля заработной платы – 20% от цены.

Задание 5.

Определить свободную розничную цену изделия, составить структуру свободной розничной цены, если известны следующие данные:

себестоимость изделия – 800 руб.,

НДС – 18% к отпускной цене без НДС,

отпускная цена предприятия (с НДС) – 1180 руб.,

оптовая надбавка – 10% к отпускной цене предприятия,

торговая надбавка – 20% к отпускной цене промышленности.

Задание 6.

В таблице представлена динамика оптовых цен на три вида товаров:

Месяцы	Товар А	Товар Б	Товар С
Январь	25	45,2	11,5
Февраль	26	45,6	12
Март	27	45,9	13,6
Апрель	28	45,87	13,7
Май	29	45,08	13,5
Июнь	29	45,8	13,02
Июль	29	45,98	13,8
Август	28	46,02	13,5
Сентябрь	28	46,02	13,4
Октябрь	27	46,08	13,5

Ноябрь	29	46,2	13,2
Декабрь	29	46,11	13,02

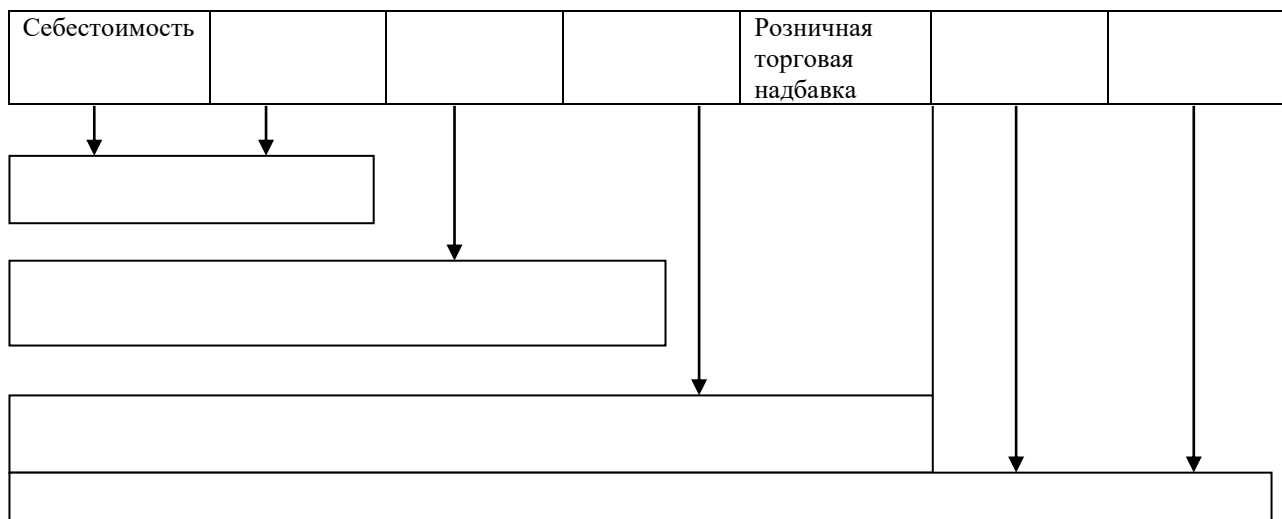
Определите: на сколько процентов изменялась цена ежемесячно и в целом за год.

Задание 7.

Определите среднеквартальную цену пяти товаров, используя данные таблицы:

Наименование товара	Продано товаров			Цена товара		
	Январь	Февраль	Март	Январь	Февраль	Март
1	1741	1800	1861	25	27	29
2	85	94	90	1478	1568	1687
3	4569	5000	5100	24,6	26,8	29,6
4	102	99	98	1458	1687	1920
5	200	300	350	15000	17000	18500

При решении кейса 2 внести недостающие элементы в пустые ячейки представленной схемы:



При решении кейса 3 необходимо использовать таблицу:

Этапы	Характеристика
1. Определение целей	
2. Выбор типа программы	
3. Составление экономической модели	
4. Составление схемы взаимодействия	
5. Выбор технических решений	
6. Юридическое оформление	
7. Запуск и продвижение	
8. Аналитика и доработки	

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 2.4. Основные методы ценообразования в торговой организации

Лабораторная работа 7. Практика поправок на базисные условия поставок, на комиссионное вознаграждение посредника, на платеж наличными, на количество, на инфляцию, на уторговывание, на технико-экономические параметры. Учет в конкурентной цене коммерческих поправок и введение поправки на комплектацию.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Основные методы ценообразования в торговой организации»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Основные методы ценообразования в торговой организации».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методы внесения поправок.

Задача № 2. Выполнить задание.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Дать характеристику методам внесения поправок.

ОТЧЕТ

1. Заполнить таблицу:

Методы внесения поправок	Характеристика
1. На базисные условия поставок	
2. На комиссионное вознаграждение посредника	
3. На платеж наличными	
4. На количество	
5. На инфляцию	
6. На уторговывание	
7. На технико-экономические параметры	
8. коммерческие поправки в конкурентной цене	
9. Поправки на комплектацию	

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 2.5. Формирование цен в розничной и электронной торговле

Лабораторная работа 8. Анализ и оценка индивидуальных и коллективных соглашений о поддержании розничных цен

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Формирование цен в розничной и электронной торговле»;

- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Формирование цен в розничной и электронной торговле».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить формы поддержания уровня цен.

Задача № 2. Выполнить задание.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Дать характеристику формам поддержания уровня цен.

ОТЧЕТ

1. Заполнить таблицу:

Формы поддержания розничных цен	Характеристика
1. Индивидуальные соглашения	
2. Коллективные соглашения	

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 2.5. Формирование цен в розничной и электронной торговле

Лабораторная работа е 9. Формирование цен с помощью торговых скидок. Практика применения системы скидок на конкретном торговом предприятии. Практический опыт крупнейших электронных торговых площадок.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Формирование цен в розничной и электронной торговле»;

- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

- контроль знаний и умений по теме: «Формирование цен в розничной и электронной торговле».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить теоретические аспекты данной темы.

Задача № 2. Решить задачи, сделать вывод.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Отпускная цена предприятия 1 м ткани составила 20 руб. (с учетом НДС), торговая наценка 15%. Определите розничную цену в фирменном магазине.

Задание 2.

Вы настаиваете на том, чтобы ткань вашего предприятия, продавалась в розничной торговле по цене 25 руб., предлагая в данном случае 10%-ную скидку от розничной цены предприятию розничной торговли. Определите абсолютный размер скидки, розничную цену, оптовую отпускную цену предприятию розничной торговли.

Задание 3.

Отпускная цена предприятия с НДС 1 м ткани составила 20 руб., снабженческо-сбытовая надбавка - 20%, торговая наценка - 15%. Определите розничную цену 1 м. ткани.

Задание 4.

Цена изделия составляет 5000 р. На изделие предложена скидка 10%. Найти цену товара с учетом скидки.

ОТЧЕТ

1. Выполнить решение задачи.
2. Расчеты представить в письменном виде, сделать вывод.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 2.6. Стратегии ценообразования

Лабораторная работа 10. Анализ и оценка стратегий ценовой и неценовой конкуренции по материалам реального сектора экономики.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Стратегии ценообразования»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Стратегии ценообразования».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить понятие ценовой и неценовой конкуренции, их стратегии.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Выбрать отрасль сектора экономики (объект исследования студент выбирает самостоятельно).

Задание 2.

Выполнить анализ и оценку стратегий ценовой и неценовой конкуренции для выбранной

отрасли.

ОТЧЕТ

1. Заполнить таблицу:

Стратегии	Характеристика
1. Ценовой конкуренции	
2. Неценовой конкуренции	

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 2.7. Ценообразование во внешней торговле

Лабораторная работа 11. Методика и практика применения расчета цен внешнеторговых контрактов

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Ценообразование во внешней торговле»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Ценообразование во внешней торговле».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методику расчета цен внешнеторговых контрактов;

Задача № 2. Решить задачи, сделать вывод.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Из Пекина (Китай) в Благовещенск (Россия) ввозится партия телевизоров в количестве 100 шт. Цена товара на заводе-изготовителя – 200 долл. США за шт. Остальные расходы: упаковка товаров – 1000 долл., погрузка товара в Пекине – 300 долл., стоимость перевозки от Пекина до Благовещенска составила 4000 долл. Сделка заключена на условиях поставки EXW – Пекин. Определите контрактную цену товара.

Задание 2.

В Москву из Неаполя поставляется партия обуви ценой 10 евро за пару, всего 2500 пар. Товар сначала следует из порта Неаполя в порт Одесса морским транспортом, а затем из Одессы в Москву – ж/д транспортом. Таможенная очистка на экспорт составила 200 евро. Стоимость погрузки на борт судна в порту Неаполя составила 100 евро. Стоимость перевозки из Неаполя в Одессу – 2000 евро. Перегрузка в Одессе – 200 евро. Перевозка из Одессы в Москву – 1500 евро. Товар застрахован, страховая премия составила 1000 евро. Сделка заключена на условиях поставки CIF-Москва. Определите контрактную цену товара.

Задание 3.

В Выборг (Россия) из Бильбао (Испания) поставляется оливковое масло в бутылках. Цена

товара – 2 евро за бут. всего 7500 бут. Товар следует морским транспортом. Стоимость погрузочных работ на складе продавца – 100 евро. Доставка товара в порт отгрузки – 300 евро. Стоимость погрузки на борт судна в порту Бильбао составляет 200 евро. Стоимость перевозки из Бильбао в Выборг – 2000 евро. Товар застрахован, страховая премия составила 1000 евро. Сделка заключена на условиях поставки FAS-порт Бильбао. Определите контрактную цену товара.

ОТЧЕТ

1. Выполнить решение задачи.
2. Расчеты представить в письменном виде, сделать вывод.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 2.8. Таможенные пошлины и их роль в ценообразовании

Лабораторная работа 12. Практика определения размера таможенных пошлин на экспортируемую и импортируемую продукцию, на импортные товары в розничной сети и в сети Интернет.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Таможенные пошлины и их роль в ценообразовании»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Таможенные пошлины и их роль в ценообразовании».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методику определения размера таможенных пошлин;

Задача № 2. Решить задачи, сделать вывод.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Рассчитать ввозную таможенную адвалорную пошлину товара, страна происхождения которого неизвестна. Данные для расчета: партия телефонных аппаратов таможенной стоимостью 7,7 тыс. рублей, базовая ставка таможенной пошлины – 20%

Задание 2.

Рассчитать сумму НДС для партии ковров из Турции таможенной стоимостью 20000 долл. Ставка таможенной пошлины – 30%, ставка акциза – 10%, ставка НДС – 20%.

Задание 3.

Рассчитать таможенную стоимость телевизора на основе цены продажи его в России и суммы таможенных платежей. Данные для расчета: цена продажи – 360 долл. Торговая надбавка – 25%. Таможенная пошлина – 30%, сбор за таможенное оформление – 0,15%, ставка НДС – 20%.

ОТЧЕТ

1. Выполнить решение задачи.
2. Расчеты представить в письменном виде, сделать вывод.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы

Тема 3.2. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве

Лабораторная работа 1. Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить руководство по разработке визитной карточки;

Задача № 2. Выполнить задание.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Разработать визитку команды.

ОТЧЕТ

1. Заполнить таблицу:

Этапы создания визитной карточки	Характеристика
ШАГ 1. Мозговой штурм, определяющий содержание визитной карточки.	
ШАГ 2. Выделите желательную и существенную информацию.	
ШАГ 3. Рассмотрите различные варианты дизайна, используя существенную информацию.	
ШАГ 4. Включите отобранную информацию в базовый проект.	
ШАГ 5. Создайте окончательный вариант.	

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.2. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве

Лабораторная работа 2. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить виды организационных структур управления;

Задача № 2. Выполнить задание.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Разработать организационную структуру управления предпринимательской единицы (объект исследования студент выбирает самостоятельно).

ОТЧЕТ

1. Организационную структуру управления предпринимательской единицы представить в виде схемы (рисунка).

2. Указать тип выбранной структуры управления предпринимательской единицы.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.3. Структура и функции бизнес-плана

Лабораторная работа 3. Формирование и описание бизнес-идеи

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Структура и функции бизнес-плана»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Структура и функции бизнес-плана».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить источники формирования и методы выработки предпринимательских идей.

Задача № 2. Выполнить задание.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Описать бизнес-идею (студент выбирает самостоятельно).

ОТЧЕТ

Задание выполнить в письменном виде, опираясь на следующие вопросы:

1. Что именно производить (какую услугу оказывать)?
2. Для кого производить, то есть, кого следует рассматривать в качестве потребителей?
3. Как производить, на основании каких технологий?
4. Сколько производить, так чтобы это покупалось?
5. По какой цене продавать?

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.3. Структура и функции бизнес-плана

Лабораторная работа 4. Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Структура и функции бизнес-плана»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Структура и функции бизнес-плана».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить технологию разработки и структуру бизнес-плана.

Задача № 2. Выполнить задание.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Разработать структуру резюме бизнес-плана.

ОТЧЕТ

1. Заполнить таблицу:

Структура резюме бизнес-плана	Характеристика

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.4. Основные источники финансирования предпринимательской единицы

Лабораторная работа 5. Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Основные источники финансирования предпринимательской единицы»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Основные источники финансирования предпринимательской единицы».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методику расчета размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга;

Задача № 2. Решить задачи, сделать вывод.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

По договору финансового лизинга ОАО «Нордтелеком» приобрело системы оптоволоконной связи на следующих условиях:

Стоимость имущества – предмета лизинга, млн руб. 180,00

Срок договора, лет 3,00

Срок полезного использования имущества, лет 9,00

Амортизационные отчисления рассчитываются линейным методом

Коэффициент ускоренной амортизации, раз 3,00

Годовая процентная ставка по кредиту, % 15,00

Использованные кредитные ресурсы, млн руб. 180,00

Комиссионное вознаграждение, % 20,00

Дополнительные услуги, всего, млн руб. 9,00

Ставка НДС, % 18,00

Авансовый платеж, млн руб. 60,00

Лизинговые взносы производятся ежегодно, начиная с 10 мая 2009 г.

Требуется определить общий размер лизингового платежа, величину лизингового взноса и построить график лизинговых взносов.

Задание 2.

Рассчитать сумму лизинговых платежей по методу аннуитетов, при следующих условиях:

Стоимость передаваемого в лизинг имущества – 2 400 000 руб.;

Срок договора лизинга – три года;

Ставка лизингового процента – 12%;

Периодичность начисления лизингодателю лизинговых платежей – ежеквартальная;

Авансовый платеж лизингополучателя – 20% от величины первоначальной стоимости переданного в лизинг имущества.

Задание 3.

ООО «Медсервис» заключило договор финансового лизинга на оборудование стоимостью 1 000 000 руб. сроком на пять лет. Лизинговый процент составляет 30% годовых.

Определите величину лизинговых платежей при ежегодных выплатах, если предполагается, что рост выплат, начиная со второго года, составит 10%.

ОТЧЕТ

1. Выполнить решение задачи.
2. Расчеты представить в письменном виде, сделать вывод.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.4. Основные источники финансирования предпринимательской единицы **Лабораторная работа 6. Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса**

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Основные источники финансирования предпринимательской единицы»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Основные источники финансирования предпринимательской единицы».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить систему налогов и сборов Российской Федерации; виды систем налогообложения в России;

Задача № 2. Выполнить задание.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Дать характеристику режимам налогообложения для разных категорий налогоплательщиков.

ОТЧЕТ

1. Заполнить таблицу:

Категория налогоплательщика	Режим налогообложения	Характеристика
1. Индивидуальный предприниматель		
2. Юридическое лицо		

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.5. Анализ и оценка рисков

Лабораторная работа 7. Возможные риски и формы страхования. Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков.

Цель занятия:

– обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Анализ и оценка рисков»;

– формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;

– контроль знаний и умений по теме: «Анализ и оценка рисков».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить виды предпринимательских рисков и методику их оценки.

Задача № 2. Выполнить задание.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Дать характеристику Pest – анализа (объект анализа студент выбирает самостоятельно).

ОТЧЕТ

1. Заполнить таблицу:

Факторы	Возможности	Риски
1. Социальные		
2. Технологические		
3. Экономические		
4. Политические		

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.6 Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы

Лабораторная работа 8. Описание компании. Разработка логотипа фирмы и составление слогана.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить технологию разработки разделов бизнес-плана.

Задача № 2. Выполнить задание.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Описать компанию, разработать логотип и составить слоган (объект анализа студент выбирает самостоятельно).

ОТЧЕТ

1. Выполнить задание в письменном виде, логотип – в виде рисунка.
2. Опишите компанию, заполнив таблицу:

Параметры	Характеристика
1.Название компании	
2.Вид деятельности	
3.Миссия	
4.Цель	
5.Задачи	
6. Товар/услуга	
7. Целевая аудитория	
8.Конкурентные преимущества	
9.Другие	

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.6 Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы

Лабораторная работа 9. Оценка целевого рынка. Применение метода 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории. Разработка анкеты для опроса потенциальных клиентов и распространение ее в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить метод 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Разработать анкету для опроса потенциальных клиентов и распространения ее в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах.

Задание 2. Для определения целевой аудитории использовать метод 5W Шеррингтона (объект анализа студент выбирает самостоятельно).

ОТЧЕТ

Таблица – Сегментация потребителей методом 5W Шеррингтона

Вопрос	Группа 1	Группа 2	Группа 3
1. What/что Что вы продаете?			
2. Who/кто Кто это покупает?			
3. Why/почему Почему это покупают?			
4. When/когда Когда это покупают?			
5. Where/где Где ищут потенциальные клиенты решение своей проблемы?			
Модель B2B (бизнес – бизнесу)			
Модель B2C (бизнес – потребителю)			

Критерии оценивания отчета:

- Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.
 Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.
 Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.
 Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.6 Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы

Лабораторная работа 10. Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить технологию планирования рабочего процесса.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 4. Составить отчет.

Задание 1. Выполнить планирование рабочего процесса (использовать Диаграмму Ганта) (объект анализа студент выбирает самостоятельно);

Задание 2. Составить логическую схему бизнес-процессов.

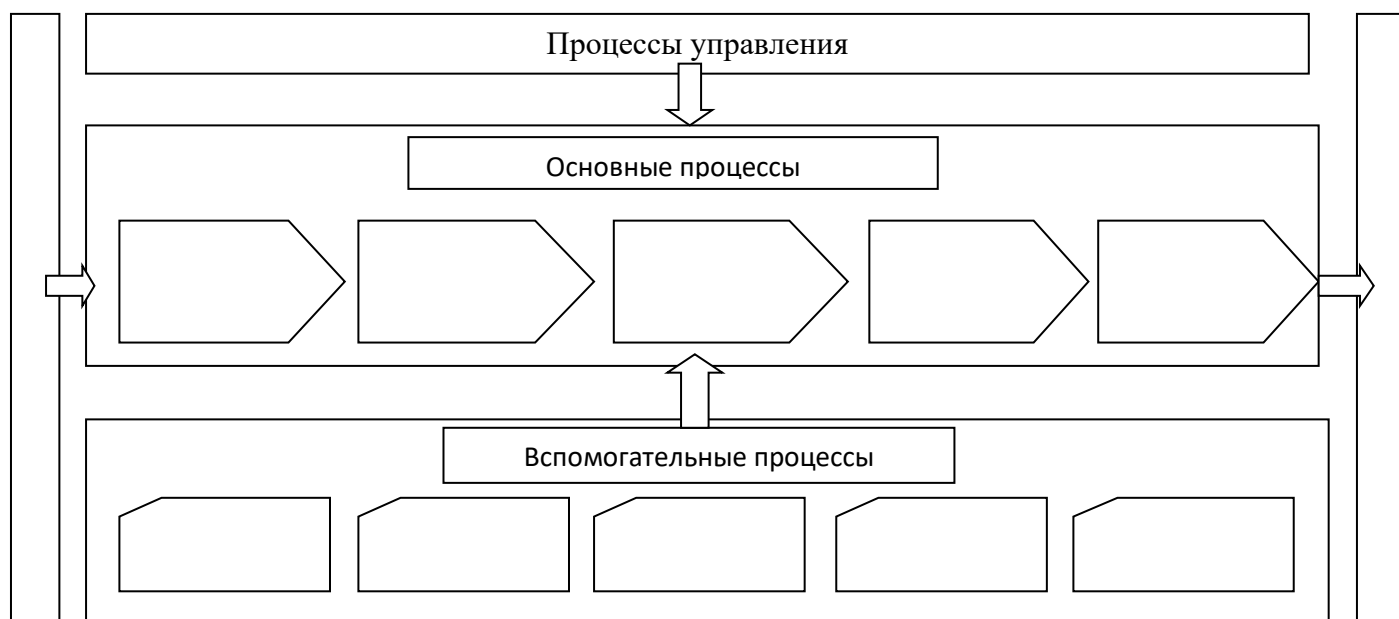
Задание 3. Составить схему ведения предпринимательской деятельности (объект анализа студент выбирает самостоятельно).

ОТЧЕТ

1. Планирование рабочего процесса (использовать Диаграмму Ганта) оформить в таблице:

Название задач	1 неделя	2 неделя	3 неделя	4 неделя	5 неделя

2. Бизнес-процессы представить в виде логической схемы:



3. Схему ведения предпринимательской деятельности представить в виде рисунка.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.6 Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы

Лабораторная работа 11. Разработка организационной структуры управления компании. Структурные подразделения компании, их описание и функциональное назначение.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить типы организационных структур.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Разработать организационную структуру управления компании (объект исследования студент выбирает самостоятельно);

Задание 2. Описать структурные подразделения компании, и их функциональное назначение.

ОТЧЕТ

1. Организационную структуру управления компании представить в виде схемы.
2. Описание структурных подразделений компании, и их функциональное назначение представить в письменном виде.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.7. Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы
Лабораторная работа 12. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методику расчета финансовых показателей.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Составить перечень нормативов для проведения экономических расчетов.

Задание 2. Составить бюджет инвестиций на приобретение оборудования (объект исследования студент выбирает самостоятельно).

ОТЧЕТ

1. Для составления перечня нормативов для проведения экономических расчетов необходимо заполнить таблицу:

Перечень нормативов	Характеристика
1. Валюта расчетов и платежей	
2. Перечень налогов, ставка налогов и периодичность выплат (месяц, квартал, год), которая устанавливается в соответствии с действующей системой налогообложения;	
3. Прогнозируемая ключевая ставка Центробанка по годам реализации проекта	
4. Способ отнесения выплат процентов по кредитам	

5. Уровень инфляции по годам реализации проекта	
6. Нормативы распределения прибыли	

2. Для составления бюджета инвестиций на приобретение оборудования необходимо заполнить таблицу:

Показатели	Сумма, тыс. руб.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.7. Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы

Лабораторная работа 13. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Расчеты цен и себестоимости.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методику расчета потребности в оборотном капитале, цен и себестоимости.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Для разработки квартального финансового плана необходимо рассчитать потребность в оборотных средствах для создания запасов материалов и незавершенного производства, используя следующие данные:

Показатели	Ед. измерения	Сумма, тыс.руб.
Плановый расход материалов на квартал	тыс. руб.	
Норма запаса материалов	дней	
Норма незавершенного производства	дней	
Плановый выпуск продукции по себестоимости на квартал	тыс. руб.	

Задание 2.

Стоимость производственных фондов предприятия составляет 3000 тыс. руб. Доля основных производственных фондов составляет 60 %. Определить стоимость оборотных средств.

Задание 3.

В отчетном году оборотные средства предприятия составили 1500 тыс. руб. Удельный вес материалов в общей сумме оборотных средств составил 30 %. В будущем году планируется снизить расход материала на одно изделие на 11 %. Определить общую сумму оборотных средств предприятия в будущем году с учетом изменения объема средств, вложенных в материалы.

Задание 4.

Предприятие производит 1 тыс. изделий в год и продает их по цене 20 рублей за штуку. Цикл сбыта (время нахождения продукции на складе до момента отгрузки) равен 2 дням. Определить общую сумму нормируемых средств предприятия, если известно, что норматив оборотных средств в производственных запасах равен 25 тыс. руб., а норматив незавершенного производства 50 тыс. руб.

Задание 5.

Для бесперебойной работы производства предприятию необходим среднесуточный текущий запас материалов в размере 1,6 тонн в течение восьми суток. Транспортный запас равен одному дню, а страховой – трем дням. Установленный комиссией коэффициент технологичности материала равен 2 %. Рассчитать норматив оборотных средств в производственных запасах, если цена одной тонны ресурсов 4 тыс. руб.

Задание 6.

Себестоимость годового выпуска товарной продукции предприятия составляет 250 тыс. руб. Длительность производственного цикла изготовления изделия 30 дней. Коэффициент нарастания затрат в незавершенном производстве при условии равномерного нарастания затрат равен 0,7. Рассчитать норматив оборотных средств в незавершенном производстве.

ОТЧЕТ

1. Выполнить решение задачи.
2. Расчеты представить в письменном виде, сделать вывод.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.7. Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы

Лабораторная работа 14. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении. Составление плана переменных расходов.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить основные этапы составления финансового плана компании.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Построить воронку плана продаж, в которой должно быть отражено оптимальное количество этапов бизнес-процесса.

Задание 2.

Построить алгоритм расчета бюджета продаж на основании воронки плана продаж.

Задача № 3.

Построить план переменных расходов.

ОТЧЕТ

1. Задания выполнить в виде схемы, таблицы.

2. Описание элементов представить в письменном виде.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.7. Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы Лабораторная работа 15. Расчет точки безубыточности.

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методику расчет точки безубыточности.

Задача № 2. Выполнить задания по определению точки безубыточности.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

На основании данных определить точку безубыточности. Сделать вывод.
 Постоянные расходы предприятия (TFC): 50 000 рублей;
 Переменные расходы на производство единицы продукции (AVC): 100 рублей;
 Цена реализации (P): 200 рублей.

Задание 2.

Фирма реализует услуги по организации праздников. В январе компания оказала услуги по устройству свадеб на 150 000 рублей, юбилеев – на 70 000 рублей, а с февраля планирует ввести новые вид услуги: организация корпоративов и прогнозирует выручку в объеме 80 000 рублей. Переменные издержки (материалы и сдельная заработная плата) составят на организацию свадебных мероприятий 90 000 рублей, на организацию юбилеев 28 000 рублей, организацию корпоративных мероприятий 38 000 рублей. Накладные расходы (постоянные) за январь составили 80 000 рублей, в феврале сумма останется неизменной. Прибыль за февраль планируется 64 000 рублей.

Определить точку безубыточности. Сделать вывод.

Задание 3.

Фирма планирует заняться производством и сбытом эксклюзивных воздушных шаров. Составленный бизнес-план показал, что постоянные затраты на обслуживание мастерской составят 30000 рублей в месяц. На выпуск каждого шара необходим материал стоимостью 100 рублей.

Изготовление одного шара займет 4 часа, оплата труда рабочего составит 100 рублей в час. Все рабочие работают по сдельным контрактам. Шары продаются оптовикам по 700 рублей за штуку.

Определить точку безубыточности. Сделать вывод.

Задание 4.

На основе представленных данных рассчитаем, на какой объем продаж предприятие «N», находящееся в удовлетворительном финансовом положении, должно выйти, чтобы обеспечить прибыльную работу при данном уровне расходов.

Показатели хозяйственной деятельности предприятия «N» за май 2023 года:

Наименование	Показатели, тыс. руб.
Постоянные издержки	5820,00
Плановые переменные издержки	9750,00
Фактические переменные издержки	9990,00
Объем продаж	16850,00
Затраты на прибыль	750,00
Долговые обязательства	620,00

ОТЧЕТ

1. Задания выполнить в письменном виде.
2. Сделать вывод по полученным результатам.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.8 Методы оценки эффективности инвестиционного проекта

Лабораторная работа 16. Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Методы оценки эффективности инвестиционного проекта»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Методы оценки эффективности инвестиционного проекта».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методику расчета экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев.

Задача № 2. Выполнить задания по определению точки безубыточности простым и динамическим (дисконтированным) способами.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

Вам предлагают инвестировать в проект сумму в размере 150 тысяч рублей. И говорят, что проект будет приносить в среднем 50 тысяч рублей в год чистой прибыли. Определите срок окупаемости.

Задание 2.

К уже имеющимся условиям (задание 1) прибавим следующий факт: во время осуществления проекта, каждый год будет тратиться порядка 20 тысяч рублей на всевозможные издержки.

Определите срок окупаемости.

Задание 3.

Условия похожи. В проект нужно вложить 150 тысяч рублей. Планируется, что в течение первого года доход будет 30 тысяч рублей. В течение второго — 50 тысяч. В течение третьего — 40 тысяч рублей. А в четвертом — 60 тысяч.

Определите срок окупаемости простым и динамическим (дисконтированным) способами.

. ОТЧЕТ

1. Задания выполнить в письменном виде.
2. Сделать вывод по полученным результатам.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.8 Методы оценки эффективности инвестиционного проекта

Лабораторная работа 17. Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта:

- Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod)
- Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue)
- Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn)
- Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability)
- Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Методы оценки эффективности инвестиционного проекта»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Методы оценки эффективности инвестиционного проекта».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить методику расчета основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта.

Задача № 2. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1.

На основании данных рассчитать дисконтированный период окупаемости проекта:

Показатели	Значение, руб.
1. Инвестиция	100000
2. Доходы от инвестиций:	30 000
- первый год	30000
- второй год	30000
- третий год	30000
- четвертый год	30000
- пятый год	30000
3. Размер ставки дисконтирования	9,5

Задание 2.

Предположим, что в проект инвестировали 1 000 000 рублей. В качестве периода расчета NPV выбрали 1 год. Ставка дисконтирования равна 15%. Обычно ее переводят в коэффициент, то есть, делят на 100. Размер денежных поступлений составит 900 000 рублей.

Рассчитайте чистую текущую стоимость проекта. Сделайте вывод.

Задание 3.

Допустим, мы вкладываем в проект 1 000 000 руб., ставка дисконтирования – 10%. Также планируем за это время получить чистую прибыль, то есть денежный поток – 650 000 руб.

а) Рассчитайте чистую текущую стоимость проекта NPV на 1 год. Сделайте вывод.

б) Рассчитайте чистую текущую стоимость проекта NPV на 4 года. Сделайте вывод.

Задание 4.

Объект инвестирования: недвижимость – квартира, сдаваемая в аренду. На ее приобретение должна быть потрачена сумма 1,5 млн. руб. Прогнозируется поступление арендной платы по следующему графику: 1-й год – 620 тыс. руб. 2-й год – 632 тыс. руб. 3-й год – 790 тыс. руб.

Рассчитайте внутреннюю норму доходности проекта. Сделайте вывод.

Задание 5.

Инвестиции в корпорацию «Н» имеют первоначальные расходы 50 млн. руб., приведенную стоимость будущих денежных потоков в размере €63.136 млн., а чистая текущая стоимость проекта (NPV) составляет 13.136 млн. руб.

Рассчитайте индекс прибыльности. Сделайте вывод.

Задание 6.

Показатели компании за отчетный период, тыс. руб.:

Чистая прибыль – 32842

Активы – 546369

Акционерный капитал – 201630

Долгосрочные обязательства – 212925

Определите: ROA ROE, ROI. Сделайте вывод.

Задание 7.

Компания рассматривает проект с первоначальными инвестициями в размере 250 000 тыс. руб. и прогнозирует, что он будет приносить доход в течение следующих пяти лет. Ожидаемый доход в год: 70 000 тыс. руб. Рассчитайте ARR (норму рентабельности). Сделайте вывод.

Задание 8.

Собственник изначально вложил в компанию 600 тыс. руб. После начала функционирования бизнес стал приносить чистую прибыль в размере 150 тыс. руб. Необходимо рассчитать норму рентабельности. Сделайте вывод.

ОТЧЕТ

1. Задания выполнить в письменном виде.
2. Сделайте вывод по полученным результатам.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Тема 3.9 Современные программные продукты, используемые для презентации инвестиционного проекта

Лабораторная работа 18. Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта

Цель занятия:

- обобщение, систематизация и закрепление полученных знаний по теме: «Современные программные продукты, используемые для презентации инвестиционного проекта»;
- формирование способности и готовности использовать теоретические знания в выполнении практических заданий;
- контроль знаний и умений по теме: «Современные программные продукты, используемые для презентации инвестиционного проекта».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально-техническое оснащение

Оборудование: компьютер, тетрадь, ручка, выход в Интернет

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Практические задания:

Задача № 1. Изучить специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта.

Задача № 2. Познакомиться с основными правилами оформления презентаций инвестиционного проекта

Задача № 3. Выполнить задания.

Задача № 3. Составить отчет.

Задание 1. Разработать структуру презентации бизнес-плана / инвестиционного проекта.

Задание 2. Оформить бизнес-план / инвестиционный проект, используя данные предыдущих практических занятий.

Задание 3. Представить к защите бизнес-план / инвестиционный проект.

ОТЧЕТ

1. Задания выполнить, используя специализированные программные продукты.

2. Защитить бизнес-план / инвестиционный проект.

Критерии оценивания отчета:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования: задание раскрыто полностью.

Оценка 4 – основные требования выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; имеются упущения в оформлении.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований.

Оценка 2 – требования не выполнены, обнаруживается существенное непонимание.

Информационное обеспечение реализации программы профессионального модуля

Печатные издания:

1. Бизнес-планирование: учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1247086>

2. Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие / Г. А. Васильев, А. А. Романов, В. А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2022. - 159 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0628-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967468>

3. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176>

Электронные издания (электронные ресурсы):

1. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>

2. Интернет-маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт. — 301 с. — (Профессиональное образование).

3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489822>

4. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488890>

5. Маховикова, Г. А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>

6. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 288 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-012223-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832175>

7. Романова, М. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.В. Романова. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. — 240 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0756-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1446152>

8. Саталкина, Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов, Г. И. Терехова. — Москва: ФОРУМ, 2021. — 232 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-485-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1287439>

9. Цены и ценообразование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 437 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04773-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490187>

10. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование)

образование). - ISBN 978-5-9558-0614-3. - Текст: электронный. - URL:
<https://znanium.com/catalog/product/1018359>

Дополнительные источники

1. Справочно-правовая система «Консультант+» - URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Справочно-правовая система «Гарант» - - URL <https://www.garant.ru/>
3. Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: <https://www.smbn.ru/>
4. Фонд поддержки малого предпринимательства:
<https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>
5. 10 лучших бизнес-инкубаторов России: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>