

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

Многопрофильный колледж

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ОП 05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга  
для обучающихся специальности  
43.02.15 Поварское и кондитерское дело**

## СОДЕРЖАНИЕ

1 Введение	<u>3</u>
2 Методические указания	<u>5</u>
Практическое занятие 1	<u>5</u>
Практическая работа 2	<u>9</u>
Практическая работа 3	<u>10</u>
Практическая работа 4	<u>14</u>
Практическая работа 5	<u>16</u>
Практическая работа 6	<u>19</u>
Практическая работа 7	<u>21</u>
Практическая работа 8	<u>23</u>
Практическая работа 9	<u>25</u>
Практическая работа 10	<u>27</u>
Практическая работа 11	<u>31</u>
Практическая работа 12	<u>35</u>
Практическая работа 13	<u>37</u>
Практическая работа 14	<u>40</u>

## 1 ВВЕДЕНИЕ

Важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки обучающихся составляют практические занятия.

Состав и содержание практических занятий направлены на реализацию Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования.

Ведущей дидактической целью практических занятий является формирование профессиональных практических умений (умений выполнять определенные действия, операции, необходимые в последующем в профессиональной деятельности) или учебных практических умений, необходимых в последующей учебной деятельности.

В соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» предусмотрено проведение практических занятий.

В результате их выполнения, обучающийся должен: **уметь:**

Уд 1 рассчитывать и планировать основные технико-экономические показатели деятельности организации ресторанного бизнеса и анализировать их динамику;

Уд 2 рассчитывать показатели эффективности использования ресурсов организации;

Уд 3 применять в профессиональной деятельности приемы делового общения и управленческого воздействия;

Уд 4 анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации;

Уд 5 калькулировать цены на продукцию собственного производства и полуфабрикаты производимые организацией ресторанного бизнеса;

Уд 6 управлять конфликтами и стрессами в организации;

Уд 7 грамотно определять маркетинговую политику организации питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке);

Уд 8 анализировать спрос на товары и услуги организации ресторанного бизнеса;

Уд 9 проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений, меню конкурирующих и наиболее популярных организаций питания в различных сегментах ресторанного бизнеса;

Уо 02.01 определять необходимые источники информации; эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы, оформлять результаты поиска;

Уо 03.04 применять знания основ предпринимательской деятельности и финансовой грамотности в профессиональной деятельности;

Уо 04.01 организовывать работу коллектива и команды;

Уо 07.02 осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства.

Содержание практических занятий ориентировано на подготовку обучающихся к освоению профессионального модуля программы подготовки специалистов среднего звена по специальности и овладению **профессиональными компетенциями:**

ПК 6.2 Осуществлять текущее планирование, координацию деятельности подчиненного персонала с учетом взаимодействия с другими подразделениями.

ПК 6.3 Организовывать ресурсное обеспечение деятельности подчиненного персонала.

ПК 6.4 Осуществлять организацию и контроль текущей деятельности подчиненного персонала.

А также формированию **общих компетенций:**

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 правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

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

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

Практические занятия проводятся в рамках соответствующей темы, после освоения дидактических единиц, которые обеспечивают наличие знаний, необходимых для ее выполнения.

## 2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

### Тема 1.3. Спрос и предложение

#### Практическое занятие № 1

#### Построение кривых спроса и предложения. Определение равновесной цены

**Цель:** научиться строить графики спроса и предложения и определять равновесную цену.

**Выполнив работу, Вы будете:**

**уметь:**

Уд 4

Уд 8

Уо 02.01

**Материальное обеспечение:**

Учебная литература; конспект лекций; раздаточный материал с вариантами заданий; тетрадь для практических работ.

**Задание:**

Построить график спроса и предложения; определить равновесную цену.

**Порядок выполнения работы:**

**Задачи:**

1. Функция рыночного спроса на товар:  $Q_d = 12 - 2Q$ , а функция предложения:  $Q_s = 4 + 2Q$ . Государство ввело налог с продаж в размере 2 ден. единицы. Какова будет новая равновесная цена и новое равновесное количество продукции?

2. Функция рыночного спроса на товар:  $Q_d = 24 - 5Q$ , а функция предложения:  $Q_s = 56 + 5Q$ . Государство ввело налог с продаж в размере 2 ден. единицы. Какова будет новая равновесная цена и новое равновесное количество продукции?

3. В таблице представлен объем спроса на мороженое при разных уровнях цен:

Цена (P)	Объем спроса (Q)	Выручка от продажи (TR)	Коэффициент ценовой эластичности ( $E_D$ )
2,1	10		
1,8	20		
1,5	30		
1,2	40		
0,9	50		
0,6	60		
0,3	70		

- Начертите кривую спроса.
- Рассчитайте выручку от продажи и коэффициент ценовой эластичности.
- Начертите кривую выручки от продажи и определите, при какой цене она окажется максимальной?

4. Решите задачу. Задана функция спроса на товар  $Q_d = 11 - P$  и функция предложения на товар  $Q_s = 5 + 2P$

1. Определить равновесную цену и равновесный объем продаж аналитическим способом.
  2. Построить кривую спроса на товар и кривую предложения на товар.
  3. Определить равновесную цену и равновесный объем продаж графическим способом.
  4. Какая ситуация сложится на рынке, если будет установлена фиксированная цена на товар выше равновесной на 1 ед.?
  5. Какая ситуация сложится на рынке, если будет установлена фиксированная цена на товар ниже равновесной на 1 ед.?
3. Проанализируйте полученные результаты.

### Ответь на вопросы теста.

Выберите единственный правильный ответ

1. Если величина предложения сахара в стране с рыночной экономикой больше величины спроса, то наиболее вероятно, что:
  - А. спрос на сахар возрастет
  - Б. цена сахара понизится
  - С. производство сахара увеличится
  - Д. цена сахара повысится
  
2. Величина предложения это -
  - А. количество товара, которое производители хотят и могут продать по данной цене
  - Б. максимальная выручка, которую производители могут получить при продаже товара по данной цене
  - С. количество товара, которое производители хотят и имеют возможность предложить к продаже по данной цене
  - Д. количество товара у продавца в данный момент времени
  
3. Люди ожидают повышения цен на бытовую технику. В результате на этом рынке:
  - А. спрос увеличивается
  - Б. предложение увеличивается
  - С. спрос уменьшается
  - Д. спрос остается неизменным
  
4. Наиболее точное из предлагаемых объяснений, почему профессиональные игроки в теннис имеют возможность зарабатывать большие деньги, заключается в том, что:
  - А. талантливых игроков мало
  - Б. предложение хороших игроков больше, чем спрос на них
  - С. спрос на хороших теннисистов велик, а их предложение весьма ограничено
  - Д. теннис популярнее многих других видов спорта
  
5. На какой товар эластичность спроса по цене выше?
  - А. роскошные автомобили “Роллс-ройс”
  - Б. Черный хлеб
  - С. “Бородинский” черный хлеб
6. Увеличение спроса на товар (сдвиг кривой спроса) может быть вызвано снижением цены:
  - А. данного товара
  - Б. товара, дополняющего данный
  - С. товара, заменяющего данный
  - Д. никаким из перечисленных выше факторов

7. Одновременное уменьшение спроса и предложения всегда приводит к:
- А. снижению цены равновесия
  - Б. росту цены равновесия
  - С. уменьшению равновесного количества
  - Д. уменьшению и цены, и количества в точке равновесия
8. Закон спроса утверждает, что, как правило:
- А. спрос зависит от изменений предложения
  - Б. величина спроса определяется ценой и величиной предложения
  - С. чем выше цена товара, тем меньше величина спроса
  - Д. величина спроса прямо пропорциональна цене
9. Если увеличилось производство сахарной свеклы, то, скорее всего, при прочих равных условиях:
- А. уменьшится занятость в сельском хозяйстве
  - Б. увеличится спрос на сахар
  - С. уменьшится спрос на сахар
  - Д. увеличится предложение сахара
10. Величина спроса на товар - это:
- А. количество денег, которое все покупатели готовы заплатить за товар
  - Б. количество товара, которое удовлетворяет потребности покупателей
  - С. количество товара, которое производители хотят и имеют возможность продать при данной цене
  - Д. количество товара, которое потребители готовы приобрести по данной цене
11. Какой термин отражает способность и желание людей платить за что-либо?
- А. потребности
  - Б. спрос
  - С. необходимость
  - Д. желание
12. Если спрос падает, кривая спроса куда сдвигается?
- А. вниз и влево
  - Б. по вращению часовой стрелки
  - С. вверх и вправо
  - Д. против вращения часовой стрелки
13. Если рыночная цена ниже равновесной, то:
- А. появляются избытки товаров
  - Б. возникает дефицит товаров
  - С. формируется рынок покупателя
  - Д. падает цена ресурсов
14. Если предложение и спрос на товар возрастают, то:
- А. цена повысится
  - Б. увеличится общее количество товара
  - С. цена останется стабильной
  - Д. благосостояние общества возрастет
15. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый, вызовет:
- А. падение спроса на второй товар

Б. рост спроса на второй товар

16. Если однопроцентное сокращение цены на товар приводит к двухпроцентному увеличению объема спроса на него, то этот спрос:

- А. эластичный
- Б. неэластичный
- С. единичной эластичности

17. Какое из следующих утверждений не относится к характеристике неэластичного спроса на товар?

- А. имеется большое число товаров-заменителей
- Б. данный товар является для потребителей товаром первой необходимости
- С. изменение спроса меньше, чем изменение цены
- Д. период времени, в течение которого предъявляется спрос, является очень коротким (всегда можно удовлетворить)

18. Если предложение товара неэластично, а спрос на него сокращается, то общая выручка продавца:

- А. растет
- Б. остается неизменной
- С. сокращается
- Д. сокращается в том случае, если спрос является неэластичным

19. Эластичность предложения зависит главным образом от:

- А. числа товаров-заменителей данного продукта
- Б. периода времени, в течении которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен
- С. того, является ли данный товар предметом роскоши или необходимости
- Д. доли дохода потребителя, направляемой на покупку данного товара

20. Производитель товара снизил цену на этот товар на 5%, в результате продажи выросли на 4%. Спрос на товар является:

- А. эластичным
- Б. неэластичным
- С. спрос с единичной эластичностью
- Д. не представляется возможным ответить на этот вопрос

#### **Ход работы:**

1. Прочитать материал конспекта лекций;
2. Ответить на вопросы из конспекта.
3. В тетради для практических работ решить предложенные преподавателем задачи.

#### **Форма представления результата:**

Решенные задачи и выполненный тест.

#### **Критерии оценки:**

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо

60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

## Тема 1.5. Предприятие (организация) как субъект хозяйствования

### Практическое занятие № 2

Изучение факторов внешней среды предприятия, элементов внутренней среды предприятия, методики оценки влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия с помощью SWOT - анализа

**Цель:**

1. выработка навыков анализа возможностей и угроз со стороны внешней среды;
2. анализ сильных и слабых сторон внутренней среды организации;
3. анализ конкурентных преимуществ и ключевых факторов успеха предприятия с помощью SWOT - анализа.

**Выполнив работу, Вы будете:**

**уметь:**

- Уд 4
- Уд 8
- Уо 02.01

**Материальное обеспечение:**

Учебная литература; конспект лекций; раздаточный материал с вариантами заданий; тетрадь для практических работ.

**Задание:** Заполните таблицу

**Порядок выполнения работы:**

1. Исходя из нижеприведенных факторов внешней среды, обоснуйте, какие из них способствуют, какие затрудняют функционирование организаций, а также выявите возможное противоречивое влияние факторов.

№	Факторы	Способствуют	Затрудняют
1	Трудовые ресурсы России (количество, уровень образования, квалификации, культуры)		
2	Территория страны (размеры, региональные, национальные особенности)		
3	Природные ресурсы России		
4	Национальный менталитет (образ жизни, деятельности, психологии, традиции, привычки населения)		
5	Международные отношения (международное положение страны, отношение различных в том числе развитых стран к рыночным преобразованиям в России)		
6	Государственно – политическое устройство страны (государственные органы власти и управления)		
7	Действующее законодательство, регламентирующее переход к рыночной экономике		
8	Состояние правопорядка в стране		
9	Отношения собственности (государственной, коллективной, частной, муниципальной)		
10	Монополизация экономики		

11	Состояние развития конкуренции		
12	Развитие инфраструктуры (информации, транспорта, связи, банковской системы, маркетинга, рекламы, страхового дела)		
13	Уровень экономического развития страны (объемы и динамика производства, производительности труда)		
14	Инфляция (уровень и динамика)		
15	Налогообложение (уровень и динамика)		
16	Уровень жизни населения (зарплата, стипендии, пособия, пенсии)		
17	Безработица		
18	Социальная защищенность населения (система трудоустройства, подготовки и переподготовки кадров, уровень минимальной заработной платы, пенсий, пособий, стипендий)		
19	Конвертируемость рубля		

### Ход работы:

1. Изучите теоретические сведения и определите основные требования к анализу и оценке возможностей и угроз со стороны внешней среды.
2. Проведя анализ возможностей и угроз со стороны внешней среды, обоснуйте возможное противоречивое влияние факторов.
3. Начертите в тетради для практических работ таблицу.
4. Напишите вывод по проделанной работе и оформите отчет.

### Форма представления результата:

Заполненная таблица.

### Критерии оценки:

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

## Тема 1.6. Производственные фонды и ресурсы

### Практическое занятие № 3

#### Расчет показателей эффективности использования основных фондов. Расчёт показателей использования оборотных средств

**Цель:** формирование знаний об основных фондах, амортизации и видах оценки основных фондов предприятия. Формирование знаний об оборотных средствах предприятия, коэффициентах их использования

### Выполнив работу, Вы будете:

*уметь:*

Уд 1

Уд 2

Уд 4  
Уо 02.01  
Уо 07.02

**Материальное обеспечение:**

Учебная литература; конспект лекций; раздаточный материал с вариантами заданий; тетрадь для практических работ.

**Задание:**

1. Решить задачи заданного варианта;
2. Сделать вывод о результатах полученных показателей использования основных фондов и оборотных средств предприятия;
3. Предложить способы улучшения использования основных фондов и оборотных средств предприятия.

**Порядок выполнения работы:**

**Задачи:**

1. Определить показатели структуры основных производственных фондов.

Виды основных производственных фондов	Стоимость, тыс. руб.	Структура в %
1	2	3
Всего основных производственных фондов, в том числе:	12500	
– здания и сооружения	4300	
– машины и механизмы	5600	
– силовые машины и оборудование	500	
– транспортные средства	1800	
Прочие, из них:	300	
производственный инструмент	200	
конторский инвентарь	100	

2. Определить годовую сумму амортизационных отчислений на восстановление первоначальной стоимости для автомобиля, если оптовая цена составляет 142 тыс. р., норма амортизационных отчислений – 12,5%, транспортные расходы составляют 7% от оптовой цены.

3. Предприятие общественного питания приобрело здание. Определить его первоначальную, остаточную стоимость. Исходные данные по вариантам.

№ варианта	Год приобретения	Год определения остаточной стоимости	Оптовая цена, млн. руб.	Заготовительные расходы, %	Годовая норма амортизации, %
1	2	3	4	5	6
1	1997	на 1.01.2017	18,4	7	7
2	1994	на 1.01. 2017	26,5	5	8
3	1995	на 1.01. 2017	15,8	6	9
4	1996	на 1.01. 2017	28,4	4	10
5	2000	на 1.01. 2017	31,2	7	7
6	1998	на 1.01. 2017	41,2	5	8
7	1999	на 1.01. 2017	51,2	6	9
8	1990	на 1.01. 2017	61,2	4	10
9	1991	на 1.01. 2017	71,2	7	8
10	1992	на 1.01. 2017	81,2	5	9

4. Определить в каком квартале предприятие эффективнее использует основные фонды.

Исходные данные по вариантам.

№ варианта	Годовой объем работ, млн. руб.		Среднегодовая стоимость основных фондов, млн. руб.	
	1 квартал	2 квартал	1 квартал	2 квартал
1	7785	8000	2089	2200
2	5875	4595	1500	1600
3	9000	4500	3000	1200
4	1236	6549	789	5469
5	7896	8965	3654	4563
6	4785	2365	2145	985
7	1452	6587	654	3214
8	6589	6512	1589	3654
9	325	987	147	293
10	3698	4578	1478	1973

5. Определить коэффициенты интенсивности и экстенсивности загрузки оборудования.

Исходные данные по вариантам.

№	Выработка фактическая	Выработка нормативная	Фактически отработанное время оборудованием	Полезное время работы оборудования
1	180	150	560	500
2	280	200	670	590
3	380	310-	760	630
4	460	390	840	715
5	570	420	925	934
6	630	510	1050	930
7	780	640	1254	1140
8	850	730	1380	1250
9	910	820	1460	1370
10	1100	930	1590	1430

6. Средняя сумма оборотных средств составляет 500 млн. руб., годовой объём выполненных работ – 1500 млн. руб. Определить коэффициент оборачиваемости, длительность одного оборота.

7. Определить, какое из предприятий эффективнее использует оборотные средства.

Исходные данные по вариантам:

№ варианта	Объём продукции (млн. руб.)		Средние остатки оборотных средств (млн. руб.)	
	1 предприятие	2 предприятие	1 предприятие	2 предприятие
1	6300	7500	1400	1600
2	9874	8745	5632	6321
3	7456	4563	3210	1236
4	741	852	258	369
5	789	987	654	456
6	456	256	123	147
7	159	357	98	264

8	5483	2896	3541	1462
9	7425	5841	3248	3624
10	2478	3624	1658	1698

8. Определить коэффициент оборачиваемости оборотных средств, среднюю продолжительность оборота и время пребывания оборотных средств на отдельных стадиях кругооборота (в днях).

Исходные данные

№ варианта	Объем продукции (млн. руб.)	Средний остаток оборотных средств (млн. руб.)	Производственные запасы (млн. руб.)	Незавершенное производство (млн. руб.)	Средства в обращении (млн. руб.)
1	8000	4000	3000	600	400
2	9874	6512	1170	1986	2456
3	5000	2500	1500	700	300
4	6541	2891	1796	589	506
5	4800	2000	700	800	500
6	6000	2600	1600	200	800
7	9200	3100	2100	200	800
8	6600	2300	1100	500	700
9	7800	3900	1800	1100	1000
10	3250	625	400	125	100

9. Определите норматив оборотных средств в незавершенном производстве, оборачиваемость оборотных средств.

№ варианта	Годовой выпуск продукции (шт.)	Себестоимость единицы (тыс. руб.)	Цена изделия превышает себестоимость (%)	Среднегодовой остаток оборотных средств (тыс. руб.)	Длительность производственного цикла (дн.)	Коэффициент нарастания
1	12000	85	15	56000	6	0,4
2	12800	65	30	60000	5	0,5
3	13200	75	20	73200	7	0,56
4	14500	83	25	84800	10	0,6
5	15800	94	30	112400	12	0,7
6	16700	73	35	95600	15	0,5
7	17200	65	15	83200	14	0,4
8	18400	93	20	120400	5	0,6
9	19600	58	25	110200	6	0,55
10	20500	77	30	130500	8	0,6

**Ход работы:**

1. Внимательно прочитайте условие задачи;
2. Определите последовательность выполнения решения задачи;
3. Выберите необходимые формулы для решения задачи;
4. Проанализируйте показатели использования производственных фондов предприятия;
5. Предложите пути улучшения использования производственных фондов предприятия.

**Форма представления результата:**

Решенные задачи

**Критерии оценки:**

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

**Тема 1.7. Трудовые ресурсы. Эффективность и оплата труда****Практическое занятие № 4**

Расчет, анализ и планирование показателей по труду и заработной плате на предприятиях общественного питания

**Цель:** формирование знаний о показателях производительности труда, формах оплаты труда.

**Выполнив работу, Вы будете:**

**уметь:**

- Уд 1
- Уд 2
- Уо 02.01
- Уо 04.01
- Уо 07.02

**Материальное обеспечение:**

Учебная литература; конспект лекций; раздаточный материал с вариантами заданий; тетрадь для практических работ.

**Задание:**

1. Решить задачи заданного варианта;
2. Сделать вывод о результатах полученных показателей производительности труда;
3. Предложить способы улучшения показателей производительности труда
4. Определить форму и систему оплаты труда;
5. Проанализировать показатели повременной и сдельной формы заработной платы.

**Порядок выполнения работы:**

**Задачи:**

1. Объём продукции увеличился с 2360 до 2525 тыс. руб., численность уменьшилась с 520 до 480 чел. Определить долю прироста продукции за счёт роста производительности труда.

2. Определить выработку на одного работника производственного персонала по плану и фактически за базисный и текущий годы. Темпы роста производительности труда в текущем году по плану и фактически по отношению к базисному году. Полученные данные свести в таблицу.

Исходные данные.

Показатель	Базисный год		Текущий год	
	План	Факт	План	Факт
Объём продукции тыс. руб.	6676	6753	6804	7056
Численность персонала.	426	422	420	416

3. Определить сдельную заработную плату с учетом коэффициента для Южного Урала. Исходные данные.

№ вар.	Разряд	Тарифная ставка руб.	Объём продукции шт.	Норма времени на ед. продукции чел. час
1	3	5,55	156	12,6
2	4	6,25	256	11,3
3	5	7,02	348	10,5
4	6	7,9	453	9,4
5	3	5,55	562	8,2
6	4	6,25	631	7,6
7	5	7,02	725	3,2
8	6	7,9	846	1,8
9	3	5,55	913	1,2
10	4	6,25	1025	0,98

4. Определить сдельно-премиальную заработную плату, с учетом коэффициента для Южного Урала, если премия начисляется за 100%-ное выполнение задания и за каждый % перевыполнения задания. Исходные данные.

№ вар.	Сдельная расценка руб.	Объём продукции руб.	Премия за 100% процентное выполнение задания, %	Премия за перевыполнение задания, %	Фактическое выполнение задания, %
1	69,9	25	40	2	102
2	70,6	20	45	3	103
3	73,7	22	50	4	104
4	74,2	30	55	2	105
5	45,5	64	60	3	106
6	47,5	72	65	4	107
7	22,4	88	70	2	102
8	14,2	95	40	3	103
9	6,66	105	45	4	104
10	6,12	112	50	2	105

5. Определить заработную плату при повременной форме с учётом районного коэффициента для Южного Урала, с учетом доплат и надбавок. Исходные данные.

Часовая тарифная ставка, руб.	Отработанное время, час.	Праздничные дни	Сверхурочная работа, час.	Доплата за условия труда, %
7,9	176	1		8
7,02	168		1	10
6,25	160	2		12
5,55	184		2	14
4,28	176	3		20

7,9	168		3	24
7,02	160	1		12
6,25	176		1	8
5,55	184	2		20
4,28	160		2	24

6. Рассчитайте производительность труда одного работника производства ООО «Теремок», уровень фонда оплаты труда по предприятию питания, среднюю заработную плату на одного работника в месяц, если:

- товарооборот «Теремок» за год составил 25240 тыс. руб., в том числе оборот по продукции собственного производства 17832 тыс. руб.;
- численность работников всего – 20 человек;
- работников производства – 12 человек.
- фонд оплаты труда за год по предприятию – 2621 тыс. руб.

7. Повар Алексева О.Ю. отработала 136 часов за месяц, при норме 164 часа. Заработная плата по тарифу составляет 16000 руб. Премия за качество работы – 10% от основной заработной платы. Уральский коэффициент -15%. Определить сумму начисленной заработной платы за месяц повару Алексевой О.Ю.

#### Ход работы:

1. Внимательно прочитайте условие задачи;
2. Определите последовательность выполнения решения задачи;
3. Выберите необходимые формулы для решения задачи;
4. Проанализируйте показатели производительности труд;
5. Предложите способы улучшения показателей производительности труда.
6. Проанализируйте показатели повременной и сдельной формы оплаты труда.

#### Форма представления результата:

Решенные задачи.

#### Критерии оценки:

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

### Тема 1.8. Издержки производства и обращения

#### Практическое занятие № 5

#### Расчёт себестоимости. Группировка затрат по элементам и по статьям

**Цель:** формирование знаний о видах себестоимости; классификации затрат, снижении издержек производства; смете и калькуляции.

#### Выполнив работу, Вы будете:

**уметь:**

- Уд1
- Уд 2

Уд 5  
Уо 02.01  
Уо 04.01  
Уо 07.02

**Материальное обеспечение:**

Учебная литература; конспект лекций; раздаточный материал с вариантами заданий; тетрадь для практических работ.

**Задание:**

1. Составить калькуляцию себестоимости;
2. Составить смету затрат;
3. Определение экономии затрат (снижение себестоимости).
4. Ответьте на тест

**Порядок выполнения работы:**

**Задачи:**

1. Составьте классификацию затрат, включаемых в себестоимость продукции (по элементам) и определите их общую сумму, если цех по производству мясных полуфабрикатов закупает сырьё на сумму 23000 тыс. руб., оплата труда работников составляет 15000 тыс. руб., с отчислениями во внебюджетные фонды на сумму 5340 тыс. руб. Отчисления профсоюзов в виде материальной помощи 2000 тыс. руб. В постоянные платежи цеха входят: 5000 тыс. руб. в банк по погашению кредита и 1060 тыс. руб. в экологическую компанию. Амортизационные отчисления составляют 3000 тыс. руб., а отчисления на жилищно-бытовые нужды 500 тыс. руб.

2. Составьте смету затрат. Рассчитайте цеховую, производственную и полную себестоимость минипекарни по следующим исходным данным:

Расходы, тыс. руб.	Варианты		
	1	2	3
1. Мука, молоко, сахар	127	130	108
2. Энергия для электропечей	12,2	13,4	9,7
3. Топливо	10	11	6
4. Отгрузка продукции	2,1	2	1,7
5. Реклама	2,1	–	–
6. Общепроизводственные расходы	7,8	6	6
7. Цеховые расходы	5,8	5	5
8. Отчисления на содержание электропечей	13,5	10	10
9. Основная зарплата рабочих	10	15	13
10. Дополнительная зарплата рабочих	5,5	7,1	6,2
11. Расходы на освоение новой выпечки	5	4	5
12. Отчисления на социальные нужды	3,56	4,8	4,6
13. Брак	1,44	1	0,6

3. Определите экономию на условно-постоянных расходах, если себестоимость товарной продукции  $Стп = 550$  тыс. руб., доля условно-постоянных затрат  $Луп = 0,5$  годовой. Объем производства в базисном году  $Qб = 50$  тыс. шт. В плановом периоде вследствие внедрения плана организационно-технических мероприятий предусматривается обеспечить дополнительный объем производства за счет роста производительности труда.  $Qпт = 2000$  шт., улучшения использования ОПФ  $Qопф = 3000$  шт. Прирост условно-постоянных расходов по плану  $\Delta Зуп = 8,5$  тыс. руб.

4. Определите прогнозируемую сумму и уровень издержек обращения кафе «Домик» на квартал по данным: в отчетном квартале товарооборот составит 6800 тыс. руб.; издержки производства и обращения 664 тыс. руб. В прогнозируемом квартале на основании проведенных маркетинговых исследований, предполагается увеличение объема товарооборота на 4,6%, уровень издержек обращения в связи с ростом цен на услуги и тарифы увеличился на 3,5% /темп повышения/.

5. Рассчитайте общую сумму расходов по аренде и содержанию основных средств в процентах к товарообороту, равному 1725,0 тыс. руб. Общая площадь арендуемых помещений – 250 м<sup>2</sup>. Тарифная ставка арендной платы за 1 м<sup>2</sup> 160,0 руб. Эксплуатационные расходы 45 тыс. руб.

6. Определите себестоимость продукции для предприятия и ее уровень, если розничный товарооборот предприятия составил 3100 тыс. руб., уровень валового дохода - 42%. уровень издержек обращения и производства - 28%.

7. Рассчитайте сумму и уровень затрат предприятия.

Исходные данные для расчета затрат приводятся в таблице

Данные для расчета суммы и уровня затрат предприятия

Показатели	Единицы измерения	Исходные данные по вариантам					
		1	2	3	4	5	6
1. Розничные товарооборот – всего	тыс. руб.						
2. Издержки производства и обращения – всего	тыс. руб.	180		144,4		159	160
2.1. В том числе условно – постоянные издержки	тыс. руб.		55,2	47,4	38,2		54
2.2. В том числе условно-переменные издержки	тыс. руб.	108	102		88	110	

Результаты расчета свести в таблицу

Сумма и уровень затрат предприятия

Показатели	Единицы измерения	Фактическое значение
Розничный товарооборот – всего	тыс. руб.	
Издержки производства и обращения – всего	тыс. руб.	
В % к товарообороту	%	
в т.ч. условно-постоянные издержки	тыс. руб.	
в % к товарообороту	%	
в т.ч. условно-переменные издержки	тыс. руб.	
в % к товарообороту	%	

### Ответь на вопросы теста.

Выберите правильный ответ.

1. Какие затраты не относятся к прямым?

- а) сырье и материалы;
- б) возвратные отходы;
- в) зарплата основных рабочих;
- г) расходы на эксплуатацию содержание оборудования;
- д) износ инструмента.

2. Для чего служит классификация по калькуляционным статьям расходов?

- а) для определения цены на заготовку деталей, узлов;

- б) для исчисления прямых и косвенных расходов;
- в) для расчета себестоимости единицы конкретного вида продукции;
- г) основой для составления сметы затрат на производство.

3. Найдите затраты, ошибочно включенные в цеховые расходы.

- а) амортизация здания цеха;
- б) зарплата технолога цеха;
- в) зарплата слесаря-ремонтника.

4. Установите соответствие.

- |  |  |
|--|--|
| 1) себестоимость;                          | а) экономически однородные затраты, которые отражают распределение затрат независимо от формы использования в производстве того или иного вида продукции и места осуществления затрат; |
| 2) стоимость;                              | б) затраты по реализации продукции;  |
| 3) экономические затраты, элементы затрат; | в) разнородные в экономическом смысле затраты;   |
| 4) статьи калькуляции;                     | г) денежное выражение текущих издержек производства и реализации продукции или услуг;  |
| 5) производственные затраты;               | д) затраты, непосредственно связанные с изготовлением (вида, заказа);  |
| 6) внепроизводственные затраты.            | е) общественные издержки производства.   |

**Ход работы:**

1. Внимательно прочитайте условие задачи;
2. Определите последовательность выполнения решения задачи;
3. Выберите необходимые формулы для решения задачи;
4. Проанализируйте показатели;

**Форма представления результата:**

Решенные задачи и выполненный тест.

**Критерии оценки:**

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

**Тема 1.9. Ценообразование в организациях ресторанного бизнеса**

**Практическое занятие № 6**

Изучение методики калькулирования цен на продукцию ресторанного бизнеса. Расчет цен на продукцию и заполнение калькуляционных карточек

**Цель:** Научиться определять нормы вложения сырья различных кондиций с учетом взаимозаменяемости продуктов.

Научиться составлять калькуляцию на холодные закуски, бульоны, первые блюда, на соусы, вторые блюда, гарниры, на напитки, сладкие блюда, кондитерские изделия.

**Выполнив работу, Вы будете:**

**уметь:**

- Уд 1
- Уд 5
- Уд 8
- Уо 02.01
- Уо 04.01
- Уо 07.02

**Материальное обеспечение:**

Учебная литература; конспект лекций; раздаточный материал с вариантами заданий; тетрадь для практических работ.

**Задание:**

1. Определение норм вложения сырья различных кондиций с учетом взаимозаменяемости продуктов.
2. Калькуляция свободных розничных цен на холодные закуски, бульоны, первые блюда.
3. Калькуляция свободных розничных цен на соусы, вторые блюда, гарниры.
4. Калькуляция свободных розничных цен на напитки, сладкие блюда, кондитерские изделия.

**Порядок выполнения работы:**

**Задачи:**

1. Рассчитать, какое количество кабачков свежих понадобится, чтобы приготовить 5 кг кабачков, жаренных натуральными ломтиками с удалённой кожицей?
2. Рассчитать, какое количество картофеля необходимо для приготовления 15 кг. картофеля, жаренного брусочками, в октябре месяце, в марте?
3. Составить калькуляцию блюда: Щи суточные со свиной. В наличии свинина мясная, томатная, паста с содержанием с/в 27%.
4. Составить калькуляцию блюда:  
Салат из сельдерея, яблок и орехов.  
В рецептуру входят следующие продукты в готовом виде: сельдерей - 30 гр., яблок - 40 гр., ядра грецких орехов - 40 гр., майонез - 30 гр., зеленый салат— 10 гр., соль, перец. Выход— 150 гр.
5. Определите продажную цену I кг, говядины жареной крупным куском для реализации в кулинарном магазине. В наличии говядина I категории.
6. Составить калькуляцию блюда:  
Баранина отварная, гарнир картофельное пюре, соус паровой, сезон декабрь. Баранина II категории.  
Составить калькуляцию блюда: компот из свежих плодов
7. Составить калькуляцию блюда: яблоки, печённые со сливками
8. Ватрушки из слоеного теста с творогом. Мука с влажностью 16,5%. В наличии яичный порошок.

**Ход работы:**

1. По сборнику рецептов определить нормы вложения сырья с учётом кондиции сырья, имеющегося на предприятии.

2. В калькуляционных карточках составить калькуляцию блюд, цены на сырьё взять из реестра свободных розничных цен.

**Форма представления результата:**

Составленная калькуляция, отраженная в калькуляционной карточке.

**Критерии оценки:**

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

**Тема 1.10. Выпуск продукции и оборот предприятий общественного питания**

**Практическое занятие № 7**

**Расчет производственной программы организаций ресторанного бизнеса. Расчет и анализ показателей товарооборота организации питания**

**Цель:** Научиться анализировать и прогнозировать производственную программу и товарооборот. Научиться рассчитывать товарные запасы и товарооборачиваемость; научиться составлять продуктовый баланс.

**Выполнив работу, Вы будете:**

**уметь:**

- Уд 1
- Уд 2
- Уд 8
- Уо 02.01
- Уо 04.01
- Уо 07.02

**Материальное обеспечение:**

Учебная литература; конспект лекций; раздаточный материал с вариантами заданий; тетрадь для практических работ.

**Задание:**

1. Определить ожидаемое выполнение плана;
2. Составить производственную программу по выпуску блюд рассчитать план товарооборота
3. Определите фактическую товарооборачиваемость
4. Составить продуктовый баланс

**Порядок выполнения работы:**

**Задачи:**

1. Определить ожидаемое выполнение плана на 4 квартал и в целом за год, если план товарооборота на год установлен в сумме 1360 тыс. руб.

Фактически за 11 месяцев текущего года выполнение плана товарооборота составило 1250 тыс. руб. За октябрь и ноябрь товарооборот выполнен на 101,5 %, количество рабочих дней в октябре - 26, в ноябре - 24, в декабре - 25. Однодневный товарооборот останется прежним.

2. Составить производственную программу по выпуску блюд рассчитать план товарооборота, в том числе по продукции собственного производства, исходя из данных:

в отчетном году контингент питающихся в столовой - 500 человек. Степень охвата общественным питанием в отчетном периоде - 60 %, в плановом - 70 %. Среднее количество блюд на одного питающегося - 3 блюда. Средняя цена одного блюда - 110 рублей. В выходные и праздничные дни столовая не работает. Количество рабочих дней – 267. Удельный вес продукции собственного производства в общем обороте - 65 %.

3. Используя данные таблицы, запланируйте выпуск обеденной продукции для предприятия общественного питания

блюда	Ожидаемое выполнен.		Прогноз на буд. год		Прогноз в % к ожд. выполнен.
	Кол-во, тыс. блюд	Уд.вес, %	Кол-во, тыс. блюд	Уд.вес, %	
Первые	1020				
Вторые	2500				
Сладкие	830				
Холодные	1050				
итого	5400	100		100	

В планируемом году общий выпуск блюд увеличится на 0,7%. Удельный вес первых блюд увеличится на 0,1%, вторых- увеличится на 0,2%, сладкие- уменьшатся на 0,3%, холодные- без изменения.

4. Рассчитайте состав и структуру товарооборота предприятия за квартал.

Исходные данные для расчета состава и структуры товарооборота

Показатели	Единицы измерения	Исходные данные по вариантам					
		1	2	3	4	5	6
Розничный товарооборот – всего в том числе:	тыс. руб.	1600	1450		1280	1510	
Оборот по п. с. п.	тыс. руб.	720		765	832		755
Оборот по покупным товарам	тыс. руб.		507	432		378	665

Результат расчета свести в таблицу

Структура товарооборота предприятия общественного питания

Показатели	Структура	
	тыс. руб.	%
Розничный товарооборот – всего. В том числе		
Оборот по продукции собственного производства.		
Оборот по покупным товарам.		

5. Определите фактическую товарооборачиваемость по кафе «Весна», сумму высвобожденных или «замороженных» средств на предприятии, сделайте вывод. Разработайте мероприятия по оптимизации товарных запасов предприятия общественного питания

Розничный товарооборот (квартал) – 12460 тыс. руб.

Норма оборачиваемости – 12 дней.

Запасы сырья и товаров составили на :

01.01 – 880 тыс. руб.

01.02 – 921,2- тыс. руб.

01.03 - 923 тыс. руб.

- 921 тыс. руб.

б. Составить продуктовый баланс по мясу и птице на 2 квартал, если общий годовой расход этого сырья, необходимого для выпуска запланированной продукции 25 т. Удельный вес сырья в 4 квартале в общем расходе составит 27,6%. Норма запаса мяса и птицы 4 дня. В квартале 90 дней. Ожидаемый запас мяса и птицы на начало планируемого периода 223 кг. Средняя цена за 1 кг мяса 250 рублей.

#### **Ход работы:**

1. Прочитать материал конспекта лекций;
2. Ответить на вопросы из конспекта.
3. В тетради для практических работ решить предложенные преподавателем задачи.

#### **Форма представления результата:**

Решенные задачи и выводы, сделанные по результатам задач.

#### **Критерии оценки:**

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

### **Тема 1.10. Выпуск продукции и оборот предприятий общественного питания**

#### **Практическое занятие № 8**

Изучение документов, используемых в кладовых и на производстве для учета товарно-материальных ценностей и их движения, правил их заполнения

**Цель:** Научиться составлять товарные накладные и счета-фактуры. Оформлять доверенности. Научиться составлять накладные на отпуск продуктов и тары из кладовой, составлять товарный отчет и вести товарную книгу

#### **Выполнив работу, Вы будете:**

**уметь:**

Уд 1

Уд 2

Уд 8

Уо 02.01

Уо 04.01

Уо 07.02

#### **Материальное обеспечение:**

Бланки документов (накладная, счёт-фактура, доверенности); Бланки товарного отчёта и товарной книги

**Задание:**

1. Оформите доверенность на получение товарно-материальных ценностей на своё имя.
2. Составьте накладную на отпуск сырья из кладовой в производство по данным.
3. Составить товарный отчёт по кладовой.

**Порядок выполнения работы:**

**Задачи:**

1. Оформите доверенность на получение товарно-материальных ценностей на своё имя. Заполните счёт-фактуру № 57 на поступление товара от мясокомбината и определите сумму к оплате. Реквизиты документа укажите самостоятельно.
  - 1) Колбаса «Останкинская» - 420 кг по цене - 78 руб., НДС - 10 %.
  - 2) Колбаса «Столичная» - 320 кг по цене - 82 руб., НДС - 10 %.
  - 3) Сосиски «Молочные» - 180 кг по цене - 120 руб., НДС - 10 %.
2. Составьте накладную на отпуск сырья из кладовой в производство по данным:

Наименование	Ед. измерения	Количество	Цена
Колбаса «Русская»	кг	5	112-00
Скумбрия соленая	кг	2	75-00
Треска	кг	6	80-00
Молоко	Пакеты.	10	18-00
Свекла	Кг.	5	15-00
Картофель	кг.	20	24-00

3. Составить товарный отчёт по кладовой за, если на 14.09 2011 г. по товару значилось 23500 руб., по таре - 4350 руб.. По счёт-фактуре от мясокомбината поступило товара - 9640 руб.. По закупочному акту закуплено товара - 6350 руб., по требованию накладной в производство отпущено - 32780 руб. Акт на завес тары рыбзаводу - 2130 руб. Определить остаток товара, тары на 2017 г.

**Ход работы:**

1. на основании практического материала заполнить унифицированные формы документов по предоставленным данным, недостающие реквизиты документов указать самостоятельно
2. На бланке установленного образца заполнить накладную. Недостающие реквизиты взять самостоятельно
3. На бланке установленного образца заполнить товарный отчёт. Недостающие реквизиты взять самостоятельно.

Остаток на конец дня определяется по формуле:

Остаток на начало + поступление товара – выбытие

**Форма представления результата:**

оформленная доверенность; заполненные документы по поступлению товаров; заполненная накладная на отпуск товаров из кладовой; составленный товарный отчет.

**Критерии оценки:**

### Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

## **Тема 1.11. Доходы и прибыль в организациях и на предприятиях общественного питания**

### **Практическое занятие № 9**

#### **Расчет валового дохода, прибыли и рентабельности организации ресторанного бизнеса и факторов, влияющих на их величину**

**Цель:** Научиться рассчитывать прибыль и валовый доход предприятия общественного питания.

#### **Выполнив работу, Вы будете:**

##### ***уметь:***

- Уд 1
- Уд 2
- Уд 8
- Уо 02.01
- Уо 04.01
- Уо 07.02

#### **Материальное обеспечение:**

Карточки с заданием, калькуляторы

#### **Задание:**

1. Определите прибыль кафе;
2. Определить сумму чистой прибыли и рентабельности предприятия;
3. Определите недостающие данные по таблице и проанализируйте валовой доход предприятия питания;
4. Дайте оценку выполнения прогнозов по прибыли от реализации кулинарной продукции. Рассчитайте влияние факторов на прибыль (объем товарооборота, уровня валового дохода, уровня издержек).

#### **Порядок выполнения работы:**

##### **Задачи:**

1. Определите балансовую прибыль кафе «Ариэль» на планируемый год по данным: объем реализации в отчетном году составил 28658,6 тыс. руб., уровень валового дохода – 62,3%, сумма издержек производства и обращения – 10980 тыс. руб., в планируемом году розничный товарооборот кафе увеличится на 2,5%, уровень валового дохода увеличится на 1,2%, сумма издержек производства и обращения увеличится на 18,5 тыс. руб.

2. Определить сумму чистой прибыли и рентабельности предприятия, если валовой доход от реализации продукции без НДС составил 56%; издержки производства и обращения 35,6% к

товарообороту, равному 3488,4 тыс. руб. Доходы по операциям с тарой составили 10 тыс. руб. Предприятие заплатило штраф в размере 23 тыс. руб. в бюджет. Налог на прибыль по законодательству.

3. Определите недостающие данные по таблице и проанализируйте валовой доход предприятия питания:

Показатели	План	Факт	Процент выполнения плана	Отклонение (+. -)
Розничный товарооборот, тыс. руб.	43000	43930		
Валовой доход:				
а) в сумме, тыс. руб.		30360		
б) в % к товарообороту	69,0			

4. Дайте оценку выполнения прогнозов по прибыли от реализации кулинарной продукции. Рассчитайте влияние факторов на прибыль (объем товарооборота, уровня валового дохода, уровня издержек).

Показатели	Прогноз	Факт	% выполнения плана	Отклонение (+. -)
Розничный товарооборот, тыс. руб.	42950	43625		
Валовой доход, тыс. руб.				
Уровень валового дохода, %	71,5	71,7		
Издержки обращения и производства, тыс. руб.				
Уровень издержек, %	37,29	37,43		
Прибыль от реализации кулинарной продукции и услуг, тыс. руб.				
Рентабельность, %				

#### Ход работы:

1. Прочитать материал конспекта лекций;
2. Ответить на вопросы из конспекта.
3. В тетради для практических работ решить предложенные преподавателем задачи.

#### Форма представления результата:

Решенные задачи и выводы, сделанные по результатам задач.

#### Критерии оценки:

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

## Тема 1.12. . Основы предпринимательства и бизнес-планирования

### Практическое занятие № 10

#### Методика расчета платежей по кредитам. Расчет налоговых платежей в государственный бюджет и отчислений в государственные внебюджетные фонды

**Цель:** Научиться рассчитывать проценты по кредитам, рассчитывать величину налоговых платежей в бюджеты различных уровней.

#### **Выполнив работу, Вы будете:**

##### **уметь:**

- Уд 1
- Уд 3
- Уд 4
- Уо 02.01
- Уо 03.04
- Уо 04.03
- Уо 07.02

#### **Материальное обеспечение:**

Карточки с заданием, калькуляторы

#### **Задание:**

Решите задачи

#### **Порядок выполнения работы:**

1. Холодильная установка ценой 42 тыс. руб. продается в кредит торговому предприятию на год под 10% годовых. Погасительные платежи вносятся через каждые три месяца. Определить размер разового погасительного платежа.

2. Кредит в сумме 10 тыс. руб. выдан государственным банком на шесть месяцев российскому предприятию под 20% годовых (проценты простые). Погашение задолженности производится ежемесячными платежами. Составить план погашения задолженности.

Выберите правильный ответ.

#### **1. Косвенный налог - это:**

1.	Налог на прибыль организаций
2.	Налог на имущество организаций
3.	Акциз
4.	Налог на доходы физических лиц
5.	Налог на добавленную стоимость
6.	Транспортный налог
7.	Водный налог

#### **2 К налогам федерального уровня относятся**

1.	Транспортный налог;
2.	Налог на добавленную стоимость;
3.	Земельный налог;
4.	Налог на доходы физических лиц;
5.	Водный налог;
6.	Налог на имущество организаций.

#### **3. Законодательство РФ о налогах и сборах состоит из:**

1.	НК РФ;
2.	НК РФ и федеральных законов;
3.	НК РФ, федеральные законы, законы субъектов РФ, нормативно-правовые акты органов муниципальных образований о налогах и сборах, принятых в соответствии с НК РФ;
4.	НК РФ и ПБУ.

**4. Налоговыми резидентами РФ являются физические лица:**

1.	находящиеся в РФ и получающие доход не менее 183 дней в году;
2.	фактически находящиеся в РФ в течение 12 следующих подряд месяцев;
3.	получающие доход из источников в РФ в течение 12 следующих подряд месяцев;
4.	имеющие гражданство РФ.

**5. Установите соответствие налоговых ставок согласно налогам РФ. В ответе запишите напротив каждой цифры соответствующую букву.**

1.	НДФЛ	1.	18%
2.	Налог на прибыль организаций	2.	13%
3.	Налог на добавленную стоимость	3.	2,2%
4.	Налог на имущество организаций	4.	20%

**6. Только юридические лица выплачивают:**

1.	Транспортный налог;
2.	Земельный налог;
3.	Налог на прибыль
4.	Водный налог.

**7. Налоговой базой по земельному налогу является:**

1.	площадь земельных участков;
2.	рыночная стоимость земельных участков;
3.	кадастровая стоимость земельных участков
4.	цена по договору купли-продажи.

**8. Не является обязательным элементом налогообложения при установлении налога:**

1.	налоговая льгота;
2.	налоговый период;
3.	налоговая база;
4.	налоговая ставка.

**9. Выручка от реализации товаров составила 177000,00 руб. (в т. ч. НДС 18 %).**

**Стоимость приобретенных товаров у поставщика составила 118000,00 руб. (в т. ч. НДС 18 %) Счет-фактура предоставлен. Сумма НДС к уплате в бюджет составит**

1.	9000 руб.;
2.	45000 руб.;
3.	27000 руб.;
4.	18000 руб.

**10. Сотруднику Иванову И.Д. в январе 2014г. начислена заработная плата в сумме 35000 руб. Иванов И.Д. имеет сына в возрасте 10 лет. Сумма НДФЛ удержанная из зарплаты составит**

1.	4368 руб.;
2.	4500 руб.;
3.	4550 руб.;
4.	4732 руб.

**11. Среднегодовая стоимость имущества ООО «Мир» (г. Москва) за 2014г. составила 1560000 руб. Сумма налога на имущество организаций за 2014г. составит**

1.	36320 руб.;
2.	34320 руб.;
3.	34550 руб.;
4.	37320 руб.

**12. Срок сдачи декларации по НДС:**

1.	до 20 числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом
2.	до 15 числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом
3.	до 10 числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом
4.	до 30 числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом

**13. Не определяется нарастающим итогом налоговая база для:**

1.	НДФЛ,
2.	Налога на прибыль организаций,
3.	Страховых взносов во внебюджетные фонды,
4.	НДС.

**14. Государственная пошлина – это**

1.	ежегодный безвозмездный платеж
2.	сбор, взимаемый с юридических и физических лиц при их обращении в уполномоченные органы за совершение в отношении этих юридических лиц значимых действий
3.	сбор, взимаемый только с иностранных граждан за совершение в отношении их значимых действий
4.	сбор, взимаемый с юридических и физических лиц при получении идентификационного номера налогоплательщика

**15. Налоговым периодом по транспортному налогу признается:**

1.	месяц;
2.	квартал;
3.	календарный год;
4.	полугодие.

**16. Объектом налогообложения по налогу на имущество организаций являются:**

1.	основные средства;
2.	земельные участки;
3.	оборотные средства;
4.	товарно-материальные ценности.

**17. Установите соответствие ставок страховых взносов согласно внебюджетных фондов РФ для организаций не льготных категорий. В ответе запишите напротив каждой цифры соответствующую букву.**

1.	ПФР	1.	5,1%
2.	ФСС	2.	22%
3.	ФФОМС	3.	2,9%

**18. Операция «Начислены страховые взносы с суммы зарплаты рабочего основного производства» отражается в учете проводкой:**

1.	Д 69-К 91;
2.	Д 23-К 69;
3.	Д 69-К 20;
4.	Д 20-К 69.

**19. Объектом обложения страховыми взносами для плательщиков страховых взносов признаются выплаты и иные вознаграждения**

1.	по трудовым договорам;
----	------------------------

2.	по договорам купли-продажи;
3.	по комиссионным договорам;
4.	по гражданско-правовым договорам;
5.	по договорам займа.

**20. Сотруднику Смирнову И.Д. в январе 2014г. начислена заработная плата в сумме 38000 руб. и сумма пособия по временной нетрудоспособности – 2000 руб. Сумма страховых взносов, начисленных в январе составит**

1.	11800 руб.;
2.	12400 руб.;
3.	11400 руб.;
4.	14400 руб.

**21. Сотруднику Смирнову И.Д. в январе 2014г. начислена заработная плата в сумме 30000 руб. и сумма компенсации за использование личного транспорта – 2500 руб. Сумма страховых взносов, начисленных в январе составит**

1.	10000 руб.;
2.	9000 руб.;
3.	11000 руб.;
4.	9750 руб.

**22. Не подлежат обложению страховыми взносами для плательщиков страховых взносов**

1.	премии по итогам работы;
2.	государственные пособия;
3.	заработная плата;
4.	компенсационные выплаты;
5.	надбавки.

**23. Расчетным периодом по страховым взносам признается**

1.	календарный год;
2.	квартал;
3.	месяц;
4.	полугодие.

**Ход работы:**

1. Прочитать материал конспекта лекций;
2. В тетради для практических работ решить предложенные преподавателем задания.

**Форма представления результата:**

Выполненные задания в тетради для практических работ

**Критерии оценки:**

Универсальная шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 – 100%	5	Отлично
80 – 89%	4	Хорошо
60 – 79%	3	Удовлетворительно
менее 60%	2	Неудовлетворительно

## **Тема 1.12. . Основы предпринимательства и бизнес-планирования**

### **Практическое занятие № 11** **Изучение разделов бизнес- плана**

**Цель:** Ознакомить со структурой бизнес-плана; научить составлять структурные элементы бизнес-плана.

#### **Выполнив работу, Вы будете:**

##### **уметь:**

- Уд 1
- Уд 3
- Уд 4
- Уо 02.01
- Уо 03.04
- Уо 04.03
- Уо 07.02

#### **Материальное обеспечение:**

Учебник, конспект лекций, раздаточный материал

#### **Задание:**

1. На основе базовой структуры бизнес-плана составьте свой собственный мини бизнес-план предприятия общественного питания.

#### **Порядок выполнения работы:**

Базовая структура бизнес-плана

**Бизнес-план** – план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.

Бизнес-план – краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективный желаемый результат и определить средства для его достижения. Бизнес-план является документом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля

Структура и содержание бизнес-плана могут варьироваться в зависимости от цели составления этого документа и области применения (производственные, сервисные, торговые и др. компании). В настоящее время существуют несколько групп стандартов его составления.

Самыми распространенными среди них являются стандарты:

- Европейского Союза в рамках программы по содействию ускорению процесса экономических реформ в содружестве независимых государствах (TACIS);
- Организацией Объединённых Наций по промышленному развитию (UNIDO);
- Федерального фондом поддержки малого предпринимательства (ФФПМП);
- Международной сети фирм, предоставляющих аудиторские, налоговые и консультационные услуги KMPG;
- Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР);
- Министерства финансов РФ;

На основании анализа стандартов можно выделить следующую типовую структуру бизнес-плана:

1. Титульный лист.
2. Резюме/Вводная часть.
3. Анализ положения дел в отрасли.
4. Сущность проекта.
5. План маркетинга.
6. Производственный план.
7. Организационный план.
8. Финансовый план.
9. Оценка рисков.
10. Приложения.

**Титульный лист.** Назначение раздела – дать представление о проекте. На его основе потенциальный инвестор может сразу определить, представляет ли для него интерес участие в проекте. Обычно на титульном листе отражаются следующие данные:

- полное название фирмы;
- сведения о владельцах или учредителях;
- краткая характеристика сути предлагаемого проекта;
- общая стоимость проекта;
- указание на конфиденциальный характер данного документа.

**Резюме/Вводная часть.** Главной задачей раздела является укрепление заинтересованности потенциального инвестора в проекте на основе краткого освещения его наиболее важных положений. В зависимости от общей величины бизнес-плана объем данного раздела может составить одну – четыре страницы. Раздел включает:

- более подробную характеристику направления деятельности предприятия;
- общую оценку состояния спроса на данную продукцию на основе проведенного анализа рыночной ситуации и перспектив ее изменения в будущем;
- обоснование перспективности проекта;
- необходимый объем инвестиций для реализации проекта;
- контрольные сроки по проекту.

К написанию этой части рекомендуется приступать после того, как подготовлены остальные разделы бизнес-плана.

**Анализ положения дел в отрасли.** Задачей раздела является доказательство высокой степени обоснованности главной идеи проекта. Поэтому здесь приводятся результаты комплексных маркетинговых исследований по следующим показателям:

- динамика продаж в отрасли за ряд предшествующих лет и прогнозируемые темпы их роста;
- тенденции ценообразования;
- всесторонняя характеристика конкурентов;
- выделение новых и быстрорастущих фирм в отрасли с характеристикой основных направлений их деятельности и специфики рыночных стратегий;
- характеристика потребителей;
- оценка влияния научно-технических и социальных аспектов;
- перспективные рыночные возможности.

**Сущность проекта.** В этой части излагается основная идея предлагаемого проекта. После знакомства с ней инвестор должен четко представлять конкретное изделие (или услугу), степень готовности предприятия к его производству и предпосылки для его осуществления, а также необходимые для этого средства. В связи с этим в данном разделе отражаются следующие положения:

- основные цели;
- характеристика целевой группы потребителей, которую предполагается обслуживать, и ключевых факторов успеха на рынке;
- подробное описание (техническая спецификация) изделия, параметры которого должны соответствовать требованиям выбранного сегмента рынка;

- стадия разработки, патентная чистота и защита товара;
- характеристика предприятия;
- общая стоимость проекта, включающая размеры и график производственных капиталовложений, первоначальные расходы по маркетингу продукции и организации управления.

**План маркетинга.** Здесь в четкой форме определяются задачи по всем элементам комплекса маркетинга с указанием, что должно быть сделано, кем, когда и какие для этого требуются средства. Основными пунктами плана маркетинга являются:

- программа комплексных рыночных исследований, которые предполагается осуществлять в ходе реализации проекта;
- общий объем и ассортимент реализуемой продукции с разбивкой по периодам осуществления проекта вплоть до выхода на запланированную мощность;
- направления совершенствования продукции;
- требования к упаковке, ее параметрам и внешнему виду;
- обоснование ценовой политики;
- планирование сбыта;
- планирование товародвижения;
- планирование рекламной кампании;
- планирование сервиса;
- система маркетингового контроля.

**Производственный план.** Раздел содержит перечень всех задач, которые возникают в сфере производства, и способы их решения. При разработке раздела необходимо осветить следующие моменты:

- производственные мощности;
- описание всего технологического процесса с выделением охватываемой проектом части, а также операций, передаваемых субподрядчикам;
- субподрядчики;
- оборудование;
- производственные площади;
- сырье;
- себестоимость.

**Организационный план.** Задача раздела связана с разработкой мер по организационному обеспечению проекта. Для существующих предприятий это связано с оценкой степени соответствия их структуры и применяемых методов управления специфике поставленных целей и путям их достижения, для создаваемых предприятий – с проектированием всех структур, в максимальной степени увязанных с основными стратегическими положениями проекта. Традиционная структура раздела обычно включает следующие элементы:

- организационно-правовая форма;
- организационная структура управления, включающая схему, положения и инструкции, взаимосвязи подразделений;
- характеристика учредителей;
- характеристика руководящего состава;
- работа с персоналом;
- материально-техническая обеспеченность управления;
- местонахождение предприятия.

**Финансовый план.** Задачей раздела является общая экономическая оценка всего проекта с точки зрения окупаемости затрат, уровня рентабельности и финансовой устойчивости предприятия. Для инвестора раздел представляет наибольший интерес, так как позволяет оценить степень привлекательности проекта по сравнению с иными способами использования денежных средств. В полном виде этот раздел включает ряд следующих финансовых документов:

- сводный баланс доходов и расходов;

- план денежных поступлений и расходов с такой же периодичностью;
- балансовый план на конец первого года в его традиционной форме;
- план по источникам.

**Оценка рисков.** Назначение раздела – в определении потенциальных проблем и трудностей, с которыми придется столкнуться в ходе реализации проекта. Инвестор должен убедиться, что предприниматель трезво смотрит на вещи и готов к сложностям, которые всегда сопровождают осуществление любого, даже самого подготовленного, мероприятия. В данном разделе обычно приводятся следующие сведения:

- перечисляются все возможные проблемы, которые могут осложнить реализацию проекта;
- определяется комплекс предупреждающих мер, которые уменьшат вероятность возникновения той или иной проблемы или ослабят ее отрицательное воздействие;
- разрабатываются сценарии поведения в случае наступления неблагоприятных событий;
- обосновывается низкая вероятность столкновения с проблемами, которые были учтены и которыми, в силу этого, можно пренебречь.

**Приложения.** В заключительной части бизнес-плана приводятся документы и источники, которые были использованы при его подготовке, и на которые есть ссылки в основном тексте. Речь идет о письмах от клиентов и партнеров, копиях договоров и контрактов, различных прейскурантах, статистических обзорах, справках, результатах исследований и т.д.

Бизнес-план, в конечном счете, должен дать правильный ответ на такие важные вопросы рыночных отношений, как возможная стоимость проекта и планируемые доходы.

#### **Ход работы:**

1. Прочитать материал конспекта лекций;
2. По материалу кратких теоретических сведений составьте мини бизнес-план, выбранного вами предприятия общественного питания
3. Защита проекта осуществляется в форме презентации.

#### **Форма представления результата:**

Презентация бизнес-плана.

#### **Критерии оценки**

##### ***Оценка «отлично» ставится:***

–ответ изложен в соответствии с требованиями культуры речи и с использованием соответствующей системы понятий и терминов (могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа).

##### ***Оценка «хорошо» ставится:***

–Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

##### ***Оценка «удовлетворительно» ставится:***

–Логика и последовательность изложения имеют нарушения; допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов, которые студент способен исправить после наводящих вопросов (допускается не более двух ошибок, не исправленных студентом).

–Студент не способен самостоятельно выделить существенные и важные элементы темы.

##### ***Оценка «неудовлетворительно» ставится:***

–Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу, присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения.

## **Тема 2.1. Сущность, цели и задачи менеджмента. Предприятие как объект управления**

### **Практическое занятие № 12**

#### **Деловая игра на умение находить правильное управленческое решение в сложных производственных ситуациях методом «мозгового штурма»**

**Цель:** Привить навыки проведения «мозгового штурма», навыки анализа ситуации и выбора вариантов решения с помощью методов активизации творчества.

#### **Выполнив работу, Вы будете:**

##### **уметь:**

- Уд 1
- Уд 3
- Уд 6
- Уд 8
- Уо 03.04
- Уо 04.01

#### **Материальное обеспечение:**

Конспект лекций, раздаточный материал

#### **Задание:**

Ситуация. Сегодня «Шереметьево» — единственный аэропорт в России, где наблюдается тенденция роста авиаперевозок в течение последних трех лет: 2000 г. - 8,5 млн пассажиров, в 2001 г. - 9,5 млн и в 2002 г. - 10,2 млн. Аэропорт самостоятельно осуществляет наземное сервисное и техническое обслуживание 14 иностранных авиакомпаний, среди которых такие крупные перевозчики, как «Lufthansa» и «British Airways». Всего же в 2000 г: услугами «Шереметьево» пользовались 73 российских и 50 зарубежных авиакомпаний. Общая стоимость сервиса, предоставленного им за 2000 г., превысила 1 млрд рублей, а количество самолетовылетов (основного показателя технической загрузки аэропорта) возросло на 13 % при этом за сутки в среднем производилось примерно 360 взлетов/ посадок. Однако, несмотря на эти показатели, «Шереметьево» не попал в тройку лучших аэропортов России.

#### **Порядок выполнения работы:**

1. Постановка проблемы (задачи) перед творческой группой, где должны быть четко сформулированы два момента:

- что в итоге желательно получить или иметь;
- что мешает получению желаемого.

2. Разделение группы на две подгруппы - «генераторов» и «критиков».

3. Выбор каждой подгруппой руководителя.

4. Этап молчаливого генерирования (10 - 15 мин). Членам группы предлагается дать письменные ответы на поставленную задачу в полной тишине (обязательное условие). При генерировании идей индивидуумы продуктивнее групп. При молчаливом генерировании внимание не отвлекается, а концентрируется. Создается атмосфера поиска, при которой результаты лучше и разнообразнее.

Участников стимулирует обстановка, когда все вокруг напряжено и их не торопят немедленно обсудить идею, предложенную группе. Они свободны от нежелательного эффекта обычных контактов неформальных групп.

5. Этап неупорядоченного перечисления идей. Руководитель предлагает участникам по кругу назвать записанные ими решения проблемы. Обсуждение ограничивается попыткой сжато изложить ответ для удобства его регистрации. Этот этап продолжается до тех пор, пока не будут записаны все идеи для решения проблемы,

Перечисление идей:

- упрощение таможенного контроля как для российских, так и для иностранных граждан;
- приобретение автобусов для перевозок пассажиров по летному полю и установление новых телескопических трапов;
- обеспечение транспортного сообщения между терминалами «Шереметьево-1» и «Шереметьево-П»;
- строительство нового паркинга;
- реконструкция схемы внутреннего электроосвещения;
- обновление технического оснащения аэропорта;
- реконструкция взлетной полосы;
- сокращение времени на обслуживание самолетов (заправка топлива).

6. Этап уяснения идей. На этом этапе происходит быстрое рассмотрение зарегистрированного перечня идей.

7. Подготовка каждой подгруппой письменного отчета.

8. Этап голосования и ранжирования. Всем участникам раздаются карточки, их число зависит от числа полученных идей на этапе неупорядоченного перечисления идей. Когда участники проранжируют предложенные идеи, указав это в карточках, руководитель объявляет перерыв. Во время перерыва он и его помощники делают подсчеты.

Инструктаж участников при ранжировании. Из восьми карт выберите самую важную, напишите цифру 8 в правом нижнем углу карточки, обведите цифру кружком, а карточку отложите. Из оставшихся семи карт выберите наименее важный пункт (идею), запишите цифру 1 в правом нижнем углу карточки, обведите цифру кружком, а карточку отложите. Из оставшихся шести карт выберите самый важный пункт, запишите цифру 7 в правом нижнем углу, обведите цифру кружком, а карточку отложите. Когда все карточки выложены, руководитель и его помощники делают подсчеты.

### **Ход работы:**

1. Участники садятся за общий стол лицом друг к другу.
2. Запрещаются споры, критика и какие-либо оценки того, что говорится.
3. Время выступления каждого участника 1 - 2 мин.
4. Высказываются любые идеи, вплоть до утопических, бредовых.
5. Количество идей важнее их качества.
6. Обсуждается, критикуется и оценивается каждая идея по следующим критериям:
  - ее соответствие предпосылкам и начальным требованиям;
  - возможность ее реализации или отсутствие таковой;
  - реализуется сразу или требуется время;
  - требует ее реализация лишних затрат или нет;
  - применима ли идея в другой сфере деятельности.
7. Критические замечания излагаются сжато, лаконично. Идеи, обсуждение которых требует много времени, лучше повторно рассмотреть позже.
8. Выступать можно несколько раз, однако высказывания должны быть непродолжительными.
9. Продолжительность первого рассмотрения - 20 мин. Обязанности руководителя-координатора мозгового штурма.
  1. Знакомит членов группы с правилами работы и поведения в группе.
  2. Ставит проблему и предлагает высказывать любые решения без предварительного обдумывания.
  3. Организует запись всех высказываемых предложений (как можно точнее).
  4. Следит за регламентом и периодами работы: генерация идей, их критика и оценка, принятие решения.
  5. Помогает высказаться всем желающим, поощряет стеснительных или неспециалистов, особенно если творческая активность снижается.

6. Набирает спектр версий для решения проблемы и лишь потом останавливается на лучшей из них.

7. Стимулирует комбинированные вопросы типа: «Есть ли связь между идеями?»

8. Представляет участникам полный список идей, составленный на этапе их высказывания.

9. Пытается систематизировать идеи по каким-либо признакам.

10. Подводит итоги обсуждения, информирует о проблемах, оставшихся открытыми.

11. При проведении мозгового штурма руководитель-координатор не перебивает участников, не комментирует их высказывания, какими бы оригинальными они ни были.

#### **Форма представления результата:**

Отчет. Требования к отчету.

1. Количество идей в отчете должно быть максимально большим.

2. Идеи не должны дублировать друг друга.

3. Краткое и четкое изложение идей.

4. Идеи должны соответствовать поставленной проблеме.

#### **Критерии оценки**

##### ***Оценка «отлично» ставится:***

–ответ изложен в соответствии с требованиями культуры речи и с использованием соответствующей системы понятий и терминов (могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа).

##### ***Оценка «хорошо» ставится:***

–Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

##### ***Оценка «удовлетворительно» ставится:***

–Логика и последовательность изложения имеют нарушения; допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов, которые студент способен исправить после наводящих вопросов (допускается не более двух ошибок, не исправленных студентом).

–Студент не способен самостоятельно выделить существенные и важные элементы темы.

##### ***Оценка «неудовлетворительно» ставится:***

–Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу, присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения.

### **Тема 2.3. Коммуникация как функция менеджмента**

#### **Практическое занятие № 13**

#### **Решение производственных ситуаций по мотивации персонала к труду**

**Цель:** Формирование знаний о внешней и внутренней среде организации.

**Выполнив работу, Вы будете:**

***уметь:***

Уд 1

Уд 3

Уд 6

Уд 8

Уо 03.04

Уо 04.01

**Материальное обеспечение:**

**Задание:**

1. Постройте подробную схему факторов внешней среды прямого и косвенного воздействия для организации, в которой вы работаете.
2. Определите ресурсы, используемые в вашей организации и распределите их по видам.
3. Сформулируйте миссию вашей организации.
4. Начертите структуру вашей организации и определите, к какому виду структур она относится.
5. Расскажите об организации мотивации работников вашего предприятия.

**Порядок выполнения работы:**

Среда прямого воздействия включает следующие факторы:

*Поставщики.* Сюда входят поставщики сырья, материалов, оборудования, трудовых ресурсов, капитала.

*Покупатели.* Потребитель является самым важным звеном организации.

*Конкуренты.* Вероятно в большинстве случаев не покупатели, а именно конкуренты влияют на то какого рода продукцию (услуги) и по какой цене можно продать.

*Законы и государственные органы* Организации обязаны соблюдать не только федеральные и местные законы, но и требования органов государственного регулирования, которые призваны обеспечивать выполнение законов в определенной сфере, а также могут вводить собственные требования (лицензии, качество продуктов, экология, охрана труда и т. д.).

Среда косвенного воздействия.

*Политические факторы.* Дают представление о приоритетах государственной политики и средствах ее реализации. Объектом анализа со стороны руководства должны быть политическая идеология, стабильность политики, общественные настроения в отношении правительства, оппозиция.

*Экономические факторы.* Величина валового национального продукта, темпы, инфляции, уровень безработицы, платежный баланс, норма накопления и т. п. - это все примеры показателей состояния экономики.

*Социокультурные факторы.* Данные факторы характеризуют демографическую структуру общества, динамику роста населения, уровень образования, преобладающие в обществе ценностные установки, верования, обычаи.

*Технология.* Развитие технологий влияет не только на деятельность организации, но и на нашу жизнь.

*Миссия* рассматривается как сформулированное утверждение относительно того, для чего или по какой причине существует организация, т. е. миссия понимается как утверждение, раскрывающее смысл существования организации, в котором проявляется отличие данной организации от ей подобных.

*Организационная структура управления* - это поведенческая система, это люди и их группы, постоянно вступающие в различные взаимоотношения для решения общих задач.

*Мотивирование* - это процесс воздействия на человека с целью побуждения его к определенным действиям путем пробуждения в нем определенных мотивов. Мотивирование составляет сердцевину и основу управления человеком. Эффективность управления в очень большой степени зависит от того, насколько успешно осуществляется процесс мотивирования.

Мечта любого руководителя - идеальные подчиненные и слаженная работа коллектива.

1. «Подстройка» - это один из методов подсознательного воздействия на человека, правильное использование которого даёт возможность пробуждать в собеседнике уважительное отношение и стремление брать пример с говорящего. В основе этого метода

лежит психологическая особенность человеческого поведения, которая связана с несознательным подражанием.

2. Атмосфера и настроения в коллективе - это немаловажный фактор, влияющий на продуктивность и результаты работы.

3. Профессиональное обучение. Обучение сотрудников является не только методом повышения эффективности работы компании и улучшения ее финансовых показателей, но и мощным мотиватором для каждого сотрудника.

Карьерная лестница. В крупных постоянно развивающихся компаниях карьерный рост обуславливается не большой текучестью кадров, а стремительным расширением сети филиалов и дочерних структур.

4. Социальное обеспечение. Каждому хочется, чтобы к нему относились как к Человеку. Наличие в компании социального обеспечения говорит не только о положительной стороне финансового состояния компании, но и, прежде всего, иллюстрирует отношение руководства компании к своим сотрудникам.

6. Оплата труда. Для любого сотрудника и кандидата в сотрудники заработная плата, ее размеры и своевременность выплаты играют важную роль при выборе места работы.

7. Обратная связь. Каждому сотруднику следует дать возможность участия в жизни и деятельности компании, дабы каждый смог ощутить свою персональную значимость в общем процессе.

#### **Ход работы:**

1. Используя изученный теоретический материал, выполните задания.
2. Постройте структуру организации.
3. Сделайте выводы.

**Форма представления результата:** выполненная работа

#### **Критерии оценки**

##### ***Оценка «отлично» ставится:***

–ответ изложен в соответствии с требованиями культуры речи и с использованием соответствующей системы понятий и терминов (могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа).

##### ***Оценка «хорошо» ставится:***

–Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

##### ***Оценка «удовлетворительно» ставится:***

–Логика и последовательность изложения имеют нарушения; допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов, которые студент способен исправить после наводящих вопросов (допускается не более двух ошибок, не исправленных студентом).

–Студент не способен самостоятельно выделить существенные и важные элементы темы.

##### ***Оценка «неудовлетворительно» ставится:***

–Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу, присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения.

## **Тема 3.2. Маркетинговые исследования в общественном питании**

### **Практическое занятие № 14**

Определение «жизненного цикла» продукции и услуг общественного питания.

Составление рекламных текстов на товары и услуги. Ознакомление с методами сбора и анализа маркетинговой информации

**Цель:** Формирование знаний о жизненном цикле продукта, ситуации компании, рыночной ситуации и структуре сбыта. Формирование знаний об основных принципах составления рекламных текстов на товары (услуги). Формирование знаний о методах сбора анализа маркетинговой информации.).

**Выполнив работу, Вы будете:**

**уметь:**

Уд 7

Уд 9

Уо 04.01

**Материальное обеспечение:**

Конспект лекций, раздаточный материал

**Задание:**

1. Составьте модель жизненного цикла товара (услуги).
2. Составьте рекламный текст на товары (услуги) «своего» предприятия.
3. Проведите маркетинговые исследования для потенциально открываемого вами Предприятия общественного питания.

**Порядок выполнения работы:**

*Жизненный цикл товара* - период времени, в течение которого товар обращается на рынке, начиная от момента выхода его на рынок и заканчивая его уходом с рынка. Одно из фундаментальных понятий концепции современного маркетинга.

Жизненный цикл описывается изменением показателей объема продаж и прибыли во времени и состоит из следующих стадий (число их у разных авторов колеблется от четырех до шести):

1. Разработка продукта.

2. Стадия внедрения и испытания - период медленного роста сбыта по мере выхода товаров на рынок. На данной стадии продукт приносит лишь затраты, а часто и убытки. Очень велики на этой стадии инвестиции в организацию производства и освоение продукта (тем более, если он новый).

3. Стадия развития (роста - стадия признания товара потребителем. Характеризуется она существенным увеличением объема продаж и возрастания его прибыли.

4. Стадия зрелости - период постепенного замедления темпов прироста продаж в связи с тем, что товар уже воспринят большинством потенциальных покупателей. На этой фазе прибыль достигает своего максимума и начинает снижаться из-за дополнительных расходов по поддержанию конкурентоспособности товаров на рекламу, стимулирование сбыта.

5. Стадия спада - период резкого снижения объема продаж и прибыли.

От того, насколько грамотно составлен рекламный текст, зависит конечное решение потребителя о необходимости покупки рекламируемого товара.

Количество элементов структуры рекламного текста и порядок их расположения могут варьироваться в зависимости от характера предлагаемого товара, аудитории, на которую

рассчитана реклама и рекламного носителя. Структуру, приведенную ниже, можно назвать классической. Она включает в себя следующие элементы:

- 1.заголовок
- 2.подзаголовок
- 3.основной текст
- 4.слоган
- 5.эхо-фраза

1. Задача заголовка рекламного текста - завладеть вниманием потенциального потребителя и сразу вызвать его интерес. При составлении заголовка лучше ограничиться одним предложением - его легко охватить взглядом и уловить смысл рекламного обращения.

2.Подзаголовок выполняет связующую функцию. Он готовит к восприятию основного текста, раскрывая смысл заголовка.

3.Основной текст - это самая объемная по своему содержанию часть рекламного обращения. Все, что "обещал" заголовок, выполняет основной текст. Составляющие основного текста - введение, основная тема и заключение.

Введение знакомит потенциального покупателя с предметом рекламного обращения. В некоторых случаях, человека непосвященного нужно предварительно ознакомить с проблемой. Но если это реклама организации, необходимо сразу указать на главное и обозначить ее достижения и рейтинг на рынке.

Следующая часть - основная. Это ядро рекламного текста. Потребитель заинтересован лишь в тех товарах и услугах, которые ему наиболее полезны и из которых он может извлечь выгоду. Поэтому основная часть рекламного текста должна убедить его в том, что, приобретая данный товар или услугу, он сделает правильный выбор.

И, наконец, в заключении вся изложенная информация обобщается и делается вывод.

4.Слоган - ключевой элемент рекламного обращения. Это фраза, короткая и емкая, своего рода девиз компании. Именно слоган является самым заметным элементом рекламы, на него обращают внимание в несколько раз чаще, чем на рекламу в целом.

Поэтому он должен легко читаться и запоминаться, быть оригинальным и как можно полнее отражать суть рекламного обращения при всей своей краткости и простоте.

5.Завершающий элемент структуры рекламного текста - эхо-фраза. По своей форме она приближена к слогану. Функция эхо-фразы в закреплении информации в памяти потребителя. Ее использование придает законченность рекламному тексту.

#### *Алгоритм составления рекламного текста*

Жесткого алгоритма составления рекламного текста нет. Поскольку это процесс творческий, а не механический, каждый автор решает для себя сам, какой путь создания рекламного текста ему наиболее близок и знаком. Тем не менее, не стоит пренебрегать элементарными правилами, которые значительно облегчают процесс написания успешного текста.

Перед тем, как приступить к непосредственному составлению рекламного обращения, рекомендуется проделать подготовительную работу, а именно:

1.Выделить группу потенциальных потребителей рекламируемого товара (так называемую целевую аудиторию), определить, кто эти люди, каковы их интересы и нужды, что они ожидают от покупки предложенного им продукта или услуги.

2.Всесторонне проанализировать рекламируемый товар: определить его функции, специфику, потенциал и уникальность, а также то, чем он будет полезен конкретной группе потребителей.

3.В соответствии с двумя первыми пунктами определить содержание будущего рекламного текста и форму обращения и, исходя из этого, выбрать стиль и язык написания, близкий и понятный потенциальному покупателю.

4.Подобрать ключевые слова и фразы для каждого элемента структуры рекламного текста. Далее рекомендуется составить схему рекламного обращения, в которой слева удобнее обозначить все элементы будущего текста, а справа - соответствующие им

ключевые фразы и наброски решений. Специалисты советуют при написании текста представить себя родителем - спокойным и уверенным в себе, тогда и текст выйдет логичный и цельный.

В зависимости от назначения и характеристик товара, рекламодатель придает ему определенный образ: серьезный, шуточный, ироничный и т.д. В соответствии с образом выдерживается и стиль рекламного текста. Важным условием является использование "языка", близкого и понятного конкретной целевой аудитории. Лучше, если это будут слова и выражения, используемые в повседневной жизни - их легче воспринять и запомнить, а также фразы, пробуждающие образное мышление потребителя. Также нужно отметить, что слова позитивные и нейтральные лучше для восприятия, чем негативные.

При составлении рекламного текста следует использовать короткие предложения и небольшие параграфы. Конечно, автору хочется в полной мере раскрыть свой талант и блеснуть красноречием, но не

стоит увлекаться. Важно помнить о сути рекламного текста и не потерять ее за лишней оригинальностью. Также не стоит использовать жаргонные и двусмысленные выражения и сослагательное наклонение.

Все обращения в рекламном тексте должны быть адресованы покупателю, не следует употреблять обращения в "никуда".

Важной характеристикой рекламного обращения является ее правдивость и достоверность содержащейся в ней информации. При составлении текста необходимо быть уверенным в каждом предложении. По этой причине не стоит использовать непроверенные факты и громкие обещания - они могут заронить сомнение в сознание потенциального потребителя. Не нужно включать в содержание рекламного обращения свою точку зрения - потребителю не всегда это нужно.

Ну и, конечно, не стоит рассчитывать на успех бледно написанного рекламного текста. Лучше использовать более выразительные синонимы шаблонных слов и высказываний. Тем более что в русском языке их предостаточно. К примеру, куда интереснее звучит "великолепный", "превосходный", "уникальный", чем просто "лучший". Выразительный текст в очередной раз укажет на профессионализм рекламодателя.

На практике используются следующие основные методы сбора первичной информации:

- наблюдение;
- эксперимент;
- имитация;
- опрос.

Наблюдение обычно используется в исследованиях поискового характера. Оно позволяет поддерживать стабильные условия и использовать технические средства. Оно может быть скрытым (с применением телекамер, например) и открытым (с непосредственным участием исследователя). В зависимости от преследуемых целей наблюдение может быть свободным и стандартизированным (задаются определенные критерии для исследования).

Эксперимент - метод сбора информации о поведении исследуемых объектов, предусматривающий установление контроля над всеми факторами, влияющими на функционирование этих объектов.

Эксперимент как метод маркетинговых исследований предполагает, что при анализе должно быть исключено влияние всех факторов кроме, изучаемого. Поэтому эксперимент предполагает наличие не менее двух сопоставимых исследуемых групп, одна из которых является экспериментальной, а другая контрольной.

Имитация (имитационное моделирование) представляет собой математическую, графическую или иную модель контролируемых и неконтролируемых факторов, определяющих стратегию и тактику предприятия.

Имитационное моделирование позволяет всесторонне изучить множество факторов, определяющих стратегию маркетинга. Подготовительные мероприятия по проведению имитации состоит в

разработке модели функционирования объекта и проверке ее адекватности.

Наиболее широко моделирование применяется для изучения покупательского поведения. Наиболее известными моделями покупательского поведения являются вероятностные (стохастические), линейно-экспериментальные, модели переработки информации.

Опрос - это метод сбора информации, путем установления контактов с объектами исследования.

Источником информации при проведении массовых опросов выступает население, не связанное по роду своей деятельности с предметом анализа.

В специализированных опросах, именно специалисты (эксперты) - лица, чья профессиональная деятельность тесно связана с предметом исследования, выступают основными источниками информации.

#### **Ход работы:**

1. Используя изученный теоретический материал, выполните задания.
2. Постройте структуру организации.
3. Сделайте выводы.

**Форма представления результата:** выполненная работа

#### **Критерии оценки**

##### ***Оценка «отлично» ставится:***

–ответ изложен в соответствии с требованиями культуры речи и с использованием соответствующей системы понятий и терминов (могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа).

##### ***Оценка «хорошо» ставится:***

–Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.

##### ***Оценка «удовлетворительно» ставится:***

–Логика и последовательность изложения имеют нарушения; допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов, которые студент способен исправить после наводящих вопросов (допускается не более двух ошибок, не исправленных студентом).

–Студент не способен самостоятельно выделить существенные и важные элементы темы.

##### ***Оценка «неудовлетворительно» ставится:***

–Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу, присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения.