

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«КОЛЛЕДЖ «КРАСНОСЕЛЬСКИЙ»**

РАССМОТРЕНО И ПРИНЯТО
на заседании Педагогического Совета
СПб ГБПОУ «Колледж «Красносельский»

Протокол № 7 от 15.06 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор СПб ГБПОУ
«Колледж «Красносельский»
_____ Г.И. Софина
«27» 06 2023 г.
Приказ № 81 от 27.06 2023 г.

**КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

ПМ.04 Выполнение работ по профессии «Агент коммерческий»

**программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности**

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Санкт-Петербург
2023 г.

Содержание

I. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств	
1.1. Результаты освоения программы профессионального модуля, подлежащие проверке	
1.1.1 Вид профессиональной деятельности	
1.1.2 Профессиональные и общие компетенции	
1.1.3 Дидактические единицы «иметь практический опыт», «уметь» и «знать»	
II. Оценка освоения междисциплинарных курсов	
2.1. Формы и методы оценивания	
2.2. Перечень заданий для оценки освоения ПМ 04.	
III. Контрольно – оценочные материалы для экзамена (квалификационного)	
3.1. Формы проведения экзамена (квалификационного)	
3.2. Форма оценочной ведомости	
3.3. Задания, выполняемые в ходе очной части экзамена	
IV. ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА	
4.1. Условия проведения экзамена	
4.2. Задания	
4.3. Эталоны ответов	
.	

I. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств

1.1. Результаты освоения программы профессионального модуля, подлежащие проверке.

1.1.1. Вид профессиональной деятельности.

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.**

1.1.2. Профессиональные и общие компетенции

При освоении программы профессионального модуля у обучающихся проверяются следующие компетенции.

Таблица 1. Показатели оценки сформированности ПК.

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
<i>ПК 1.1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.</i>	<i>Формулирование состава бухгалтерской отчетности</i> <i>Изложение порядка проведения инвентаризации</i> <i>Составление инвентаризационных ведомостей</i>
<i>ПК 1.7. Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения. ностей) и участвовать в их инвентаризации</i>	<i>Выполнение оформления и обоснование правильности составления организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных документов с использованием автоматизированных систем</i>
<i>ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынка ресурсов</i>	<i>Решение задач по расчету микроэкономических показателей</i> <i>Выполнение расчетов по оценке микроэкономических показателей и их анализ</i>
<i>ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров</i>	<i>Формирование потребности, видов спроса и определение соответствующего им типа маркетинга, обеспечивающего цели организации и стимулирование сбыта товаров</i>
<i>ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений</i>	<i>Определение и обоснование выбора методов маркетинговых исследований рынка. Демонстрация участия в проведении маркетинговых исследований. Формулирование и реализация маркетинговых решений</i>
<i>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных</i>	<i>Участие в реализации сбытовой политики организации в</i>

<i>обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации</i>	<i>соответствии с должностными обязанностями. Нахождение и выделение конкурентных преимуществ организации, обоснование конкурентоспособностей товаров.</i>
<i>ПК 3.1. Участвовать в формировании ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации, определять номенклатуру показателей качества товаров.</i>	<i>Использование приемов и методов для оценки показателей работы предприятия</i> <i>Решение задач с использованием приемов и методов АФХД</i>

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

Общие компетенции (возможна частичная сформированность)	Показатели оценки результата	№ № заданий для проверки
<i>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</i>	<i>Демонстрация интереса к будущей профессии</i>	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.</i>
<i>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</i>	<i>Рациональность выбора и применение методов и способов решения профессиональных задач в области торгово - сбытовой деятельности; адекватная оценка их эффективности и качества выполнения;</i>	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.</i>
<i>ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</i>	<i>Правильность решения стандартных и нестандартных профессиональных задач в области торгово – сбытовой деятельности;</i>	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.</i>
<i>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</i>	<i>Эффективность поиска необходимой информации с использованием различных источников, включая электронные</i>	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.</i>

<i>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</i>	<i>Взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения</i>	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.</i>
<i>ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</i>	<i>рациональность организации самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля</i>	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.</i>
<i>ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а так же требования стандартов, технических условий.</i>	<i>Грамотность применения норм действующего законодательства, требований нормативных документов, стандартов, технических условий в организации торгово – сбытовой деятельности.</i>	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.</i>

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

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен освоить следующие дидактические единицы.

Таблица 3. Перечень дидактических единиц в МДК и заданий для проверки

Коды	Наименование	Показатели оценки результата	№ № заданий для проверки
Иметь практический опыт:			
ПО 1	<i>оформления финансовых документов и отчетов</i>	<i>Оформление финансовых документов и отчетов</i>	<i>Задание № 1</i>
ПО 2	<i>проведение денежных расчетов</i>	<i>Оформление расчетных документов на безналичное перечисление денежных средств</i>	<i>Задание № 2</i>
ПО 3	<i>расчета основных налогов</i>	<i>Производить расчеты основных видов налогов</i>	<i>Задание № 3</i>
ПО 4	<i>анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций</i>	<i>Проведение анализа показателей финансово – хозяйственной деятельности торговых организаций</i>	<i>Задание № 4</i>
ПО 5	<i>выявления потребностей (спроса) на товары</i>	<i>Выявление потребностей на товары.</i>	<i>Задание № 5</i>
ПО 6	<i>реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка</i>	<i>Организация реализации маркетинговых мероприятий торговым предприятием в соответствии со сложившейся конъюнктурой рынка.</i>	<i>Задание № 6</i>

ПО 7	<i>участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций</i>	<i>Принимать участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций.</i>	<i>Задание № 7</i>
ПО 8	<i>анализа маркетинговой среды организации</i>	<i>Осуществление анализа маркетинговой среды организации</i>	<i>Задание № 8</i>
Уметь:			
У 1	<i>составлять финансовые документы и отчеты</i>	<i>Правильность выполнения задания по составлению финансовых документов и отчетов</i>	<i>Практическая работа</i>
У 2	<i>осуществлять денежные расчеты</i>	<i>Правильность оформления расчетных документов на перечисление денежных средств</i>	<i>Практическая работа</i>
У 3	<i>пользоваться нормативными документами в области налогообложения регулирующими механизм и порядок налогообложения</i>	<i>Правильность использования нормативных документов в области налогообложения регулирующего механизм и порядок налогообложения</i>	<i>Практическая работа</i>
У 4	<i>рассчитывать основные налоги</i>	<i>Правильность произведенных расчетов основных налогов</i>	<i>Практическая работа</i>
У 5	<i>анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций</i>	<i>Правильность выполнения анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций</i>	<i>Практическая работа</i>
У 6	<i>применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа</i>	<i>Правильность применения методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций</i>	<i>Практическая работа</i>
У 7	<i>выявлять, формировать и удовлетворять потребности</i>	<i>Правильность выполнения заданий по выявлению формированию удовлетворения потребностей.</i>	<i>Практическая работа</i>
У 8	<i>обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций</i>	<i>Правильность выполнения задания по обеспечению продвижения товаров на рынке через различные каналы сбыта, с использованием маркетинговых коммуникаций.</i>	<i>Практическая работа</i>
У 9	<i>проводить маркетинговые исследования рынка</i>	<i>Правильность выполнения задания по проведению маркетинговых исследований рынка.</i>	<i>Практическая работа</i>
У 10	<i>оценивать конкурентоспособность товаров</i>	<i>Правильность выполнения заданий при оценке конкурентоспособности товаров.</i>	<i>Практическая работа</i>
Знать:			
З 1	<i>сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег,</i>	<i>Демонстрация знаний по сущности, функциям и роли финансов и денег в</i>	<i>Тестирование</i>

	<i>денежного обращения</i>	<i>экономике, а так же денежного обращения.</i>	
3 2	<i>финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля</i>	<i>Демонстрация знаний кредитно-денежной политики, финансового планирования и методов финансового контроля.</i>	Тестировани е
3 3	<i>основные положения налогового законодательства</i>	<i>Демонстрация знаний Налогового кодекса</i>	Тестировани е
3 4	<i>функции и классификацию налогов</i>	<i>Демонстрация знаний функций и классификации налогов</i>	Тестировани е
3 5	<i>организацию налоговой службы</i>	<i>Демонстрация знаний по организации налоговой службы РФ</i>	Тестировани е
3 6	<i>методику расчета основных видов налогов</i>	<i>Демонстрация знаний методики расчета основных видов налогов</i>	Тестировани е
3 7	<i>методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности</i>	<i>Демонстрация знаний методологических основ анализа финансово-хозяйственной деятельности: целей, задач, методов, приемов, видов; информационного обеспечения, организации аналитической работы; анализа деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности</i>	Тестировани е
3 8	<i>составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты</i>	<i>Демонстрация знаний составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты</i>	Тестировани е
3 9	<i>средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику</i>	<i>Демонстрация знаний средств удовлетворения потребностей, средств распределения и продвижения товаров, средств маркетинговых коммуникаций и их характеристику.</i>	Тестировани е
3 10	<i>методы изучения рынка, анализа окружающей среды</i>	<i>Демонстрация знаний методов изучения рынка, анализа окружающей среды.</i>	Тестировани е
3 11	<i>конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности</i>	<i>Демонстрация знаний конкурентной среды предприятия, видов конкуренции и показатели</i>	Тестировани е

3 12	<i>этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом</i>	<i>Демонстрация знаний этапов маркетинговых исследований, их результатов, управление маркетингом.</i>	Тестирование
------	---	---	--------------

II. Оценка освоения междисциплинарных курсов

2.1. Формы и методы оценивания

Предметом оценки освоения МДК являются умения и знания.

Контроль и оценка этих дидактических единиц осуществляется с использованием следующих форм и методов:

Элементы модуля, профессиональный модуль	Формы промежуточной аттестации
1	2
МДК. 04.01 Технология организации продаж и мерчендайзинг	Дифференцированный зачет
Учебная практика	Дифференцированный зачет
Производственная практика	Дифференцированный зачет
ПМ.04	Экзамен

2.2. Перечень заданий для оценки освоения МДК 04.01 Технология организации продаж и мерчендайзинг

Дифференцированный зачет в виде тестирования.

I вариант

А. ВЫБРАТЬ ОДИН ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ.

1. Акцизы. Акцизы относятся:

- а) к прямым личным налогам
- б) к прямым реальным налогам
- в) к косвенным универсальным налогам
- г) к косвенным индивидуальным налогам

2. Водный налог. При заборе воды сверх установленных лимитов налоговые ставки:

- а) устанавливаются в пятикратном размере со всей налоговой базы
- б) устанавливаются в пятикратном размере, но только для части, превышающей лимит
- в) устанавливаются в размере, установленном законодательством, но за превышение лимита взимается штраф
- г) определяются тем органом местного самоуправления, на чьей территории происходит забор воды

3. Госпошлина. Государственная пошлина по делам, рассматриваемым в судах общей юрисдикции, мировыми судьями устанавливается:

- а) исключительно в твердой сумме
- б) исключительно в процентном отношении от оспариваемой суммы
- в) в рублях и процентном отношении
- г) в размере 200 рублей

4. НДС. Носителями НДС являются:

- а) организации и ИП
- б) потребители товаров и услуг
- в) органы государственной власти
- г) органы налоговой инспекции

5. НДС. Налоговым периодом по НДС признается:

- а) календарный месяц

- б) квартал
- в) I квартал, 6 месяцев, 9 месяцев, год
- г) календарный год

6. НДСИ. Количество добытого полезного ископаемого определяется:

- а) налоговым органом
- б) налогоплательщиком самостоятельно
- в) налоговым органом и налогоплательщиком совместно
- г) независимым посредником

7. НДФЛ. Налоговыми резидентами РФ являются:

- а) физические лица, находящиеся в РФ и получающие доход в общей сложности не менее 183 дней в календарном году
- б) физические лица, фактически находящиеся в РФ в общей сложности не менее 183 дней в календарном году
- в) физические лица, получающие доход из источников в РФ в общей сложности не менее 183 дней в календарном году
- г) юридические лица, находящиеся на территории РФ постоянно

8. Налог на игорный бизнес. Укажите наиболее точную формулировку игорного бизнеса:

- а) предпринимательская деятельность, связанная с извлечением прибыли при проведении азартных игр
- б) предпринимательская деятельность, связанная с извлечением организациями или ИП доходов в виде выигрыша или платы за проведение азартных игр
- в) предпринимательская деятельность, не являющаяся реализацией товаров (имущественных прав), работ, услуг и связанная с извлечением организациями или ИП доходов в виде выигрыша или платы за проведение азартных игр и (или) пари
- г) предпринимательская деятельность, не являющаяся реализацией товаров (имущественных прав), работ, услуг и связанная с извлечением индивидуальными предпринимателями доходов в виде выигрыша или платы за проведение азартных игр и (или) пари

9. Налог на игорный бизнес. Если один игорный стол имеет более одного игрового поля, ставка налога на игорный бизнес:

- а) увеличивается в два раза
- б) не изменяется
- в) увеличивается кратно количеству игровых полей
- г) уменьшается в два раза

10. Налог на имущество организации. Налоговые льготы по налогу на имущество организации:

- а) предусмотрены налоговым кодексом РФ
- б) устанавливаются законами субъектов РФ
- в) устанавливаются НК РФ и законами субъектами РФ
- г) устанавливаются законами местных органов самоуправления по налогам и сборам

11. Налог на имущество организации. Плательщиками налога на имущество организации признаются:

- а) российские и иностранные организации, осуществляющие деятельность в РФ через постоянные представительства, имеющие в собственности недвижимое имущество на территории РФ, на континентальном шельфе РФ и в исключительной экономической зоне РФ
- б) российские и иностранные организации, имеющие объекты недвижимого имущества на территории РФ
- в) исключительно российские организации
- г) российские организации и индивидуальные предприниматели

12. Налог на прибыль организации. Амортизации не подлежит:

- а) земля
- б) имущество со сроком полезного использования более 12-ти месяцев и первоначальной стоимостью более 20 000 рублей
- в) долговременные финансовые вложения
- г) результаты интеллектуальной деятельности, находящиеся на праве собственности у налогоплательщика

13. Лесной налог. Сроки платежа за древесину, отпускаемую на корню, осуществляется в сроки:

- а) первый платеж - 15 марта, а последний - 15 ноября
- б) первый платеж - 15 марта, а остальные - равномерными частями ежемесячно
- в) первый платеж - 15 марта, затем 15 апреля, 15 июня, 15 июля, 15 сентября, 15 ноября, 15 декабря
- г) первый платеж - 15 января, затем 15 апреля, 15 июня, 15 июля, 15 сентября, 15 ноября, 15 декабря

14. Таможенные пошлины. Какими пошлинами облагаются товары, производство и экспорт которых субсидировались?

- а) Антидемпинговыми пошлинами
- б) Протекционистскими пошлинами
- в) Компенсационными пошлинами
- г) Специальными пошлинами

В. ВЫБРАТЬ НЕСКОЛЬКО ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ.

15. Водный налог. Объектами налогообложения по водному налогу являются:

- а) забор воды из водных объектов
- б) использование водных объектов без забора воды для целей гидроэнергетики
- в) забор воды из водных объектов для обеспечения пожарной безопасности
- г) использование водных объектов для целей сплава древесины в плотках и кошелях
- д) забор из подземных вод объектов воды, содержащей полезные ископаемые и природные лечебные ресурсы, а также термальных вод

16. Госпошлина. При обращении в Конституционный Суд РФ, в суды общей юрисдикции, арбитражные суды или к мировым судьям госпошлина уплачивается:

- а) после решения суда
- б) в течение слушания дела
- в) до подачи запроса, ходатайства, заявления, жалобы
- г) в десятидневный срок со дня вступления в законную силу решения суда (для ответчиков в судах, если истец освобожден от уплаты госпошлины)

17. НДС. При определении расчетной стоимости добытого полезного ископаемого учитываются следующие виды расходов, произведенных налогоплательщиком в налоговом периоде:

- а) материальные расходы, понесенные в процессе хранения, транспортировки, упаковки и иной подготовки к реализации полезного ископаемого
- б) расходы на оплату труда работников, занятых при добыче полезных ископаемых
- в) расходы на оплату труда работников, не занятых при добыче полезных ископаемых
- г) расходы на освоение природных ресурсов
- д) суммы начисленной амортизации по имуществу, не связанному с добычей полезных ископаемых

18. НДС. Налоговая база:

- а) определяется налогоплательщиком самостоятельно
- б) определяется прямым методом
- в) определяется прямым или косвенным методом
- г) определяется отдельно по каждому добытому полезному ископаемому

д) определяется как стоимость добытых полезных ископаемых (за исключением нефти, газа из всех месторождений углеводородного сырья)

е) определяется как стоимость добытых полезных ископаемых, в т.ч. нефти, газа из всех месторождений углеводородного сырья

19. НДФЛ. Не подлежат налогообложению доходы:

а) иностранных граждан - сотрудников международных организаций

б) иностранных граждан, работающих на территории РФ в частных фирмах и получающих заработную плату от источников в РФ

в) персонала представительств иностранного государства, имеющих дипломатический и консульский ранг

г) лиц без гражданства, получающих оплату труда на территории российского государства

20. Налог на имущество организаций. По налогу на имущество организации объектами налогообложения не признаются:

а) земельные участки

б) недвижимое имущество как объект основных средств

в) имущество, принадлежащее на праве хозяйственного ведения федеральными органами исполнительной власти, в которых предусмотрена военная служба

г) числящиеся на балансе предприятия транспортные средства

21. Сборы за пользование объектами животного мира и водных биологических ресурсов. Ставка в размере 0% за каждый объект животного мира устанавливается в случаях:

а) если пользование объектами животного мира осуществляется в целях охраны здоровья населения

б) если пользование объектами животного мира осуществляется в личных целях налогоплательщика

в) если пользование объектами животного мира осуществляется в целях устранения угрозы для жизни человека

г) если пользование объектами животного мира осуществляется в целях охраны регулирования видового состава объектов животного мира

д) если пользование объектами животного мира осуществляется в коммерческих целях

е) если пользование объектами животного мира осуществляется в научных целях

22. Таможенные пошлины. От взимания импортных пошлин освобождены:

а) книги

б) детская одежда

в) инвалидные коляски

г) подакцизные товары

С. НАЙТИ СООТВЕТСТВИЕ.

23. НДС. Определите соответствие оборотов товаров (работ, услуг) и ставок НДС, которыми они облагаются:

а) реализация драгоценных металлов из лома Центральному Банку РФ

б) реализация скота и птицы в живом весе

в) услуги по перевозке пассажиров и их багажа за границу РФ

г) реализация хлеба и хлебобулочных изделий

д) реализация подакцизных товаров

е) реализация трикотажных изделий для детей

1) ставка 0%

2) ставка 10%

3) ставка 18%

24. НДФЛ. Укажите соответствие между налогоплательщиком НДФЛ и предоставляемым ему налоговым вычетом:

- а) инвалид детства
- б) инвалид Великой Отечественной войны
- в) родитель, имеющий 20-летнего сына, студента очного отделения ВУЗа
- г) бизнесмен, перечисливший на благотворительные цели в детский дом 1 млн.р.
 - 1) стандартный налоговый вычет в размере 3000 руб.
 - 2) социальный налоговый вычет в размере произведенных расходов, но не более 25% от суммы дохода, полученного в налоговом периоде
 - 3) стандартный налоговый вычет в размере 1000 руб.
 - 4) стандартный налоговый вычет в размере 500 руб.

25. Налог на прибыль организации. Определить соответствие налоговой базы и налоговой ставки:

- а) доходы, полученные в виде дивидендов от российских и иностранных организаций российскими организациями
- б) доходы, полученные в виде дивидендов от российских организаций иностранными организациями
- в) прибыль большинства российских и иностранных организаций
- г) доходы в виде процентов по государственным и муниципальным облигациям, эмитированным до 20-го января 1997 года
 - 1) 20%
 - 2) 15%
 - 3) 9%
 - 4) 0%

II вариант

А. ВЫБРАТЬ ОДИН ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ.

1. Водный налог. Налоговая база по водному налогу определяется:

- а) путем сложения налоговых баз по каждому водному объекту
- б) отдельно по каждому водному объекту
- в) путем сложения налоговых баз, если налоговые ставки по ним совпадают
- г) нет правильного ответа

2. Водный налог. В случае, если в отношении водного объекта установлены различные налоговые ставки:

- а) налоговая база определяется налогоплательщиком применительно к каждой налоговой ставке
- б) налоговая база определяется по максимальной налоговой ставке
- в) налоговая база определяется по средней налоговой ставке
- г) налоговая база не определяется

3. Госпошлина. Исковые заявления, носящие одновременно имущественный и неимущественный характер, оплачиваются госпошлиной по ставкам:

- а) имущественного характера
- б) неимущественного характера
- в) по ставкам, установленным судьей
- г) одновременно уплачивается госпошлина, установленная для исковых заявлений имущественного характера, и госпошлина, установленная для исковых заявлений неимущественного характера

4. НДС. Добровольный отказ от ранее оформленного освобождения от налогообложения по НДС не допускается на период:

- а) более трех налоговых периодов подряд
- б) менее трех лет
- в) одного налогового периода
- г) до истечения 12 последовательных календарных месяцев, за исключением случаев, когда право на освобождение будет утрачено

5. НДСИ. Налогоплательщиками признаются:

- а) организации, ИП и физические лица, признаваемые пользователями недр в соответствии с законодательством РФ
- б) организации, признаваемые пользователями недр в соответствии с законодательством РФ
- в) организации и ИП, признаваемые пользователями недр в соответствии с законодательством РФ
- г) физические лица, признаваемые пользователями недр в соответствии с законодательством РФ

6. НДСИ. Объектом налогообложения на добычу полезных ископаемых признаются:

- а) полезные ископаемые, извлеченные из отходов (потерь) добывающего производства, если такое извлечение подлежит отдельному лицензированию в соответствии с законодательством РФ
- б) добытые (собранные) минералогические, палеонтологические и другие геологические коллекционные материалы
- в) дренажные подземные воды, не учитываемые на государственном балансе запасов полезных ископаемых
- г) нет правильного ответа

7. НДФЛ. Налоговый вычет расходов на содержание ребенка у налогоплательщиков предоставляется на каждого ребенка в возрасте:

- а) до 18 лет
- б) до 24 лет
- в) до 18 лет, а также на каждого учащегося дневной формы обучения, аспиранта, ординатора, студента, курсанта в возрасте до 24 лет
- г) до 16 лет

8. НДФЛ. Налоговая ставка в размере 35% установлена в отношении следующих доходов:

- а) получаемых физическими лицами, не являющимися налоговыми резидентами РФ
- б) выигрышей и призов
- в) дивидендов
- г) в виде процентов по облигациям с ипотечным покрытием

9. Налог на игорный бизнес. Объектами налогообложения налогом на игорный бизнес признаются:

- а) лотереи с денежным выигрышем
- б) лотереи с вещевым выигрышем
- в) кассы тотализатора
- г) выигрыши в рекламных акциях

10. Налог на имущество организации является:

- а) федеральным косвенным налогом
- б) региональным прямым налогом
- в) местным косвенным налогом
- г) местным прямым налогом

11. Налог на имущество организации. Налоговая база по налогу определяется:

- а) как остаточная стоимость имущества на момент уплаты налога
- б) как изначальная стоимость имущества
- в) как среднегодовая остаточная стоимость имущества
- г) как среднегодовая восстановительная стоимость имущества

12. Налог на прибыль организаций. Прибылью с целью налогообложения для российских организаций признаётся:

- а) вся выручка, полученная при реализации продукции
- б) полученные доходы, уменьшенные на величину произведённых расходов
- в) себестоимость всей продукции

г) рыночная цена всей продукции

13. Лесной налог. Основное место в составе лесного дохода занимают:

- а) арендная плата за участок лесного фонда
- б) лесные подати
- в) плата за перевод лесных земель в нелесные
- в) нет правильного ответа

14. Сборы за пользование объектами животного мира и водных биологических ресурсов. Плательщиками сбора за пользование объектами водных биологических ресурсов признаются:

а) организации и физические лица, получающие в установленном порядке лицензию на пользование объектами водных биологических ресурсов во внутренних водах, в территориальном море, на континентальном шельфе РФ и в исключительной экономической зоне, а также в Азовском, Каспийском, Баренцевом морях и в районе архипелага Шпицберген

б) организации и физические лица, в том числе ИП, получающие в установленном порядке лицензию на пользование объектами водных биологических ресурсов во внутренних водах, в территориальном море, на континентальном шельфе РФ и в исключительной экономической зоне, а также в Азовском, Каспийском, Баренцевом морях и в районе архипелага Шпицберген

в) физические лица, получающие в установленном порядке лицензию на пользование объектами водных биологических ресурсов исключительно для целей личного (семейного) потребления добытых ресурсов

г) индивидуальные предприниматели, получающие в установленном порядке лицензию на пользование объектами водных биологических ресурсов исключительно для целей личного (семейного) потребления добытых ресурсов

В. ВЫБРАТЬ НЕСКОЛЬКО ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ.

15. Госпошлина. По каким основаниям происходит возврат излишне уплаченной госпошлины?

- а) по письменному заявлению налогоплательщика
- б) по подлинным платежным документам (их копиям) , подтверждающим уплату пошлины
- в) по решению органа (должностного лица), осуществляющего действия, за которые уплачена госпошлина
- г) по протекции начальника органа, осуществляющего юридически значимые действия

16. НДС. Плательщиками НДС не являются:

- а) общественная организация инвалидов, осуществляющая уставную деятельность
- б) представительство иностранной фирмы в г. Москве
- в) предприятие по производству протезно-ортопедических изделий
- г) филиал коммерческого банка
- д) организация, продающая туристические путевки
- е) магазин товаров, помещенных под таможенный режим магазина беспошлинной торговли

17. НДС. При определении расчетной стоимости добытого полезного ископаемого НЕ учитываются следующие виды расходов, произведенных налогоплательщиком в налоговом периоде:

- а) материальные расходы, понесенные в процессе хранения, транспортировки, упаковки и иной подготовки к реализации полезного ископаемого
- б) расходы на оплату труда работников, занятых при добыче полезных ископаемых
- в) расходы на оплату труда работников, не занятых при добыче полезных ископаемых

- г) расходы на освоение природных ресурсов
- д) суммы начисленной амортизации по имуществу, не связанному с добычей полезных ископаемых

18. НДФЛ. Объектом налогообложения признается доход, полученный:

- а) от источников в РФ - для налоговых резидентов РФ
- б) от источников за пределами РФ - для налоговых резидентов РФ
- в) от источников РФ - для физических лиц, не являющихся налоговыми резидентами РФ
- г) только от источников в РФ - для всех налогоплательщиков

19. Налог на имущество организаций. Укажите, какие виды организаций освобождены от налога на имущество:

- а) научно-исследовательские организации
- б) организации жилищно-коммунальных объектов
- в) религиозные организации (в отношении имущества, используемого ими для осуществления религиозной деятельности)
- г) организации, изготавливающие протезно-ортопедическую продукцию

20. Налог на прибыль организации. Расходами на освоение природных ресурсов признаются:

- а) расходы на геологическое изучение недр, разведку полезных ископаемых, проведение работ подготовительного характера
- б) расходы на геологическое изучение недр, разведку полезных ископаемых, проведение работ подготовительного характера, при условии, что такие расходы не являются безрезультатными
- в) расходы на подготовку территории к ведению горных, строительных и других работ
- г) расходы на приобретение необходимой геологической и иной информации у третьих лиц

21. Таможенные пошлины. Выбрать объекты обложения таможенными пошлинами:

- а) личные вещи декларанта
- б) партия бутылок испанского вина в количестве 500 шт.
- в) личный автомобиль декларанта
- г) валюта в виде 1000 евро, принадлежащая декларанту

22. НДС. Определить плательщиков НДС:

- а) гражданин, занимающийся частным извозом (зарегистрирован как предприниматель без образования юридического лица)
- б) колхозница, сдающая молоко как продукцию личного подсобного хозяйства в колхоз
- в) частное семейное предприятие, производящее и реализующее сельскохозяйственную продукцию
- г) Государственный музей изобразительных искусств им. А. С. Пушкина, проводящий платную экспертизу подлинности картин для российских и иностранных организаций

С. НАЙТИ СООТВЕТСТВИЕ.

23. Акцизы. Найти соответствие наименования ставок подакцизных товаров и их выражения:

- а) адвалорные
- б) твердые
- в) комбинированные
- г) альтернативные
- 1) выражаются в рублях и копейках
- 2) выражаются или в рублях с копейками, или в процентах от стоимости
- 3) выражаются в процентах от стоимости

4) выражаются в рублях и копейках плюс процент от стоимости

24. Налог на игорный бизнес. Укажите порядок исчисления налога (найти соответствие):

- а) установка нового объекта до 15-го числа текущего налогового периода
- б) установка нового объекта после 15-го числа текущего налогового периода
- в) выбытие объекта до 15-го числа текущего налогового периода
- г) выбытие объекта после 15-го числа текущего налогового периода

1) сумма налога исчисляется как произведение общего количества соответствующих объектов налогообложения и ставки налога, установленной для этих объектов

2) сумма налога исчисляется как произведение количества данных объектов налогообложения и 1/2 ставки налога, установленной для этих объектов

25. Основные принципы налогообложения. Найдите соответствие принципа и его характеристики.

- а) Принцип законности налогообложения
- б) Принцип всеобщности налогообложения
- в) Принцип равенства налогообложения
- г) Принцип принудительности налогообложения

1) Уплата налогов является обязанностью каждого, и эта обязанность является одинаковой для всех налогоплательщиков не зависимо от социальных, национальных, религиозных и иных устойчивых различий

2) Этот принцип закреплен в ст.35 Конституции: "уплата законно установленных налогов, сборов и иных обязательных платежей является долгом и обязанностью каждого". В соответствии с этим у государства появляется право требовать от налогоплательщика надлежащего исполнения налогового обязательства, а при неисполнении принудительно взимать налог по решению суда (ст.26 п.3 Конституции)

3) Каждый обязан уплачивать налоги (естественно, при наличии конкретных юридических фактов, в связи с которыми возникает налоговое обязательство). Это требование направлено ко всем негосударственным субъектам права, как к физическим, так и к юридическим лицам

4) Этот принцип означает, во-первых, исключительно законодательное установление налогов, во-вторых, правомерность взимания налогов, в-третьих, обязанность налоговых органов государства действовать исключительно в рамках закона и как следствие право налогоплательщиков на судебную защиту

2.2. Перечень заданий для оценки освоения МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Дифференцированный зачет в форме: расчетно-тестового задания. Всего предусмотрено 7 вариантов. Вопросы тестового задания скомбинированы таким образом чтобы, наиболее полно охватить изучение разделов курса.

2.2.1. Задания

ВАРИАНТ 1

1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности (АФХД) это....

- а. комплексное изучение влияния факторов на результаты деятельности предприятия путём обработки информации
- б. совокупность способов, посвященных исследованию функций и их обобщений методами дифференциального и интегрального исчислений
- в. это деятельность по оценке, определению, моделированию и прогнозированию процессов и явлений мировой экономики

2. К традиционным методам экономического анализа относятся:

- а. Метод сравнения,
- б. Метод относительных и средних величин
- в. Балансовый метод
- г. Метод цепных подстановок
- д. Метод абсолютных разниц

3. Используя метод зачета, проанализируйте выполнение плана по ассортименту продукции

Продукция	Объем производства продукции в плановых ценах, тыс. ден. ед.		Процент выполнения плана	Объем продукции, зачтенный в выполнении плана по ассортименту, тыс. ден. ед.
	план	факт		
А	17784	15327		
В	40950	37440		
С	14040	19890		
Д	10530	23400		
Е	52650	48555		
Г	26091	21060		
Итого	162045	165672		

4. Способом цепных подстановок определите влияние изменения среднегодовой стоимости основных средств и фондоотдачи на изменение объема выпущенной продукции (в стоимостном выражении) по сравнению с предыдущим периодом

№	Показатель	Условное обозначение	2015	2016
1	Объем выпуска продукции, ед.	ВП	13500	15620
2	Цена единицы продукции, тыс. руб.	Ц	12,3	14,3
3	Среднегодовая стоимость ОФ, тыс. руб.	ОФ	4020	4800
4	Фондоотдача, руб.	ФО		

5. Имеются данные о стоимости основных фондов у 20 предприятий отрасли, тыс. руб. Распределите все предприятия по стоимости ОФ (построить ряд распределения, выделив 7 групп предприятий (с равными интервалами))

150	278	263	142
256	514	892	333
241	189	245	154
412	754	235	145
116	287	365	84

ВАРИАНТ 2

1. Функционально-стоимостной анализ (ФСА) направлен на....

- а. выявление ненужных функций объекта и предупреждение лишних затрат,
- б. исследование взаимодействия экологических и экономических процессов,
- в. обследование части объектов, в целях ускорения аналитического процесса

2. К функциям системы управления относятся:

- а. планирование, учет и принятие управленческих решений,
- б. планирование, анализ и учет,

в. планирование, учет, анализ и принятие управленческих решений

3. Используя метод зачета, проанализируйте выполнение плана по ассортименту продукции

Продукция	Объем производства продукции в плановых ценах, тыс. ден. ед.		Процент выполнения плана	Объем продукции, зачтенный в выполнении плана по ассортименту, тыс. ден. ед.
	план	факт		
A	2790	2580		
B	4770	4470		
C	2470	2970		
D	2170	3270		
E	5770	5420		
F	3500	3070		
Итого	21470	21780		

4. Рассчитайте влияние структурных сдвигов на выпуск товарной продукции:

Продукция	Цена единицы продукции, руб.	Объем производства продукции, ед.		Товарная продукция в ценах плана, тыс. ден. ед.			Изменение товарной продукции за счет структуры, тыс. ден. ед.
		план	факт	план	фактически при плановой структуре	факт	
A	2950	26786	32517				
B	3787,8	42008	43250				
C	2197,16	14464,44	21300				
Итого	-						

5. Проведите горизонтальный анализ мероприятий, выделив наиболее целесообразные и эффективные

Мероприятие	Объем производства, ед.		Абсолютное отклонение, ед.	Относительное отклонение, %
	2016 год	2017 год		
Внедрение новой технологии	144420	159120		
Модернизация действующего оборудования	135360	174240		
Приобретение новой техники	115200	180720		

ВАРИАНТ 3

1. Центральная функция АФХД направлена на.....

- а. поиск резервов повышения эффективности производства на основе изучения передового опыта и достижений науки и практики,
- б. установление закономерностей и тенденций экономических явлений и процессов в конкретных условиях предприятия,
- в. контроль за выполнением планов и управленческих решений, за экономным использованием ресурсов

2. Под методикой АФХД понимается

- а. совокупность способов и правил наиболее целесообразного выполнения аналитической работы,
- б. способ исследования, основанный на качественных сравнительных характеристиках и экспертных оценках исследуемых явлений и процессов.
- в. это деятельность по оценке, определению, моделированию и прогнозированию процессов и явлений мировой экономики

3. Используя метод зачета, проанализируйте выполнение плана по ассортименту продукции

Продукция	Объем производства продукции в плановых ценах, тыс. ден. ед.		Процент выполнения плана	Объем продукции, зачтенный в выполнении плана по ассортименту, тыс. ден. ед.
	план	факт		
А	3459,6	3199,2		
В	5914,8	5542,8		
С	3062,8	3682,8		
Д	2690,8	4054,8		
Е	7154,8	6720,8		
Ф	4340	3806,8		
Итого				

4. Способом абсолютных разниц определите влияние изменения среднегодовой стоимости основных средств и фондоотдачи на изменение объема выпущенной продукции по сравнению с предыдущим периодом

№	Показатель	Условное обозначение	2015	2016
1	Объем выпуска продукции, ед.	ВП	13500	15620
2	Цена единицы продукции, тыс. руб.	Ц	12,3	14,3
3	Среднегодовая стоимость ОФ, тыс. руб.	ОФ	4020	4800
4	Фондоотдача, руб.	ФО		

5. Проведите горизонтальный и вертикальный анализ продукции

Наименование продукции	Объем производства, ед.		Абсолютное отклонение, ед.	Относительное отклонение, %	Удельный вес, %
	2016 год	2017 год			
Товар 1	50000	50000			
Товар 2	13750	17000			
Товар 3	47500	21000			
Товар 4	28000	43500			
Итого					

ВАРИАНТ 4

1. По функциональному признаку АФХД может быть.....
 - а. социально-экономическим,
 - б. предварительным,
 - в. качественным,

2. Выполнить план по структуре – значит....
 - а. сохранить в фактическом выпуске продукции запланированные соотношения отдельных ее видов
 - б. снизить затраты на производство
 - в. провести эффективную политику в области ценообразования продукции

3. Определите влияние изменения доли активной части фондов в общей стоимости основных фондов предприятия, удельного веса действующего оборудования в активной части основных фондов предприятия, фондоотдачи действующего оборудования на изменение фондоотдачи основных производственных фондов.

Наименование показателя	Значения показателя		
	ПЛА Н	ФАК Т	Абсолютн ое изменение
Объем выпуска продукции, тыс. руб.	2 037	2 051	
Среднегодовая стоимость ОПФ, тыс. руб.	834	853	
Среднегодовая стоимость активной части ОПФ, тыс. руб.	628	805	
Среднегодовая стоимость действующего оборудования, тыс. руб.	600	772	
Удельный вес активной части (в общей стоимости ОПФ)			
Удельный вес действующего оборудования в активной части ОПФ			
Фондоотдача ОПФ, руб.			
Фондоотдача действующего оборудования, руб.			

4. Способом относительных разниц определите влияние изменения среднегодовой стоимости основных средств и фондоотдачи на изменение объема выпущенной продукции по сравнению с предыдущим периодом

№	Показатель	Условное обозначение	2015	2016
1	Объем выпуска продукции, ед.	ВП	13500	15620
2	Цена единицы продукции, тыс. руб.	Ц	12,3	14,3
3	Среднегодовая стоимость ОПФ, тыс. руб.	ОФ	4020	4800
4	Фондоотдача, руб.	ФО		

5. Проанализируйте изменение показателей эффективности использования материальных ресурсов организации

Показатели	Объем выпуска, тыс. руб.	Материальные затраты, тыс. руб.	Материалоотдача	Материалоемкость
2015	14560	10200		
2016	15890	11589		
2017	17000	12892		

ВАРИАНТ 5

1. Коэффициент обновления основных фондов – это....

- а. отношение стоимости введенных за год новых фондов к их полной стоимости на конец года,
- б. отношение стоимости фондов, выбывших за год, к стоимости фондов на начало года,
- в. сумма прироста основных промышленно-производственных фондов деленная на стоимость основных промышленно-производственных фондов на начало периода.

2. Относительная величина структуры характеризует...

- а. удельный вес части совокупности в ее общем объеме,
- б. явление за весь исследуемый период времени в целом,
- в. развитие явления внутри исследуемого периода времени.

3. Используя метод зачета, проанализируйте выполнение плана по ассортименту продукции

Продукция	Объем производства продукции в плановых ценах, тыс. ден. ед.		Процент выполнения плана	Объем продукции, зачтенный в выполнении плана по ассортименту, тыс. ден. ед.
	план	факт		
А	2195,5	1892,2		
В	5055,5	4622,2		
С	1733,3	2455,5		
Д	1300,0	2888,9		
Е	6500,0	5994,4		
Ф	3221,1	2600,0		
Итого				

4. Способом абсолютных разниц определите влияние изменения среднегодовой стоимости основных средств и фондоотдачи на изменение объема выпущенной продукции по сравнению с предыдущим периодом

№	Показатель	2015	2016	Абсолютное отклонение
1	Объем выпуска продукции, ед.	26350	27230	880
2	Цена единицы продукции, тыс. руб.	10,23	12,4	2,17
3	Среднегодовая стоимость ОФ, тыс. руб.	7520	7920	400
4	Фондоотдача, руб.			

5. Произведите расчет влияния факторов на изменение величины выпуска продукции факторный методом цепных подстановок

Показатель	Условное обозначение	план	факт
Валовая продукция, тыс. руб.	ВП		
Среднегодовая численность рабочих, чел.	Ч	100	107
Количество отработанных дней одним рабочим	Д	300	300
Среднегодовая продолжительность рабочего дня	П	8	8
Среднегодовая выработка, руб.	В	100	95

ВАРИАНТ 6

1. **К внутренним источникам покрытия потребности в материальных ресурсах относятся:**
 - а. собственное изготовление материалов и полуфабрикатов,
 - б. экономия материалов в результате внедрения достижений научно-технического прогресса,
 - в. поступление материальных ресурсов от поставщиков.

2. **Фундаментальный анализ представляет собой**
 - а. углубленное, комплексное исследование сущности изучаемых явлений с использованием математического аппарата и другого сложного инструментария,
 - б. способ исследования, основанный на качественных сравнительных характеристиках и экспертных оценках исследуемых явлений и процессов,
 - в. собой способ диагностики состояния экономики предприятия на основе типичных признаков, характерных для определенных экономических явлений.

3. **На основании данных о движении рабочей силы производственного объединения, определите: коэффициенты оборота по приему, выбытию, текучести кадров; показатель замещения кадров за 2 года. Сформулируйте выводы и дайте рекомендации**

Наименование показателя	Значение показателя	
	2016	2017
Состояло работников по списку на начало года	2500	2603
Принято в течение года		
по направлению служб занятости	105	98
по инициативе производственного объединения	35	12
из числа окончивших учебные заведения	20	18
переведено из других учреждений и организаций	7	4
Выбыло в течение года:		
переведено в другие учреждения и организации	17	25
в связи с окончанием срока договора найма	5	9
по собственному желанию	25	16
за прогулы и другие нарушения трудовой дисциплины	10	3

4. **Проанализируйте изменение показателей эффективности использования материальных ресурсов организации. Сформулируйте выводы и дайте рекомендации.**

Показатели	Объем выпуска, тыс. руб.	Материальные затраты, тыс. руб.	Материалоотдача	Материалоемкость
2015	14560	10200		
2016	15890	11589		
2017	17000	12892		

- 5. Способом относительных разниц определите влияние изменения среднегодовой стоимости основных средств и фондоотдачи на изменение объема выпущенной продукции по сравнению с предыдущим периодом. Сформулируйте выводы и дайте рекомендации.**

№	Показатель	Условное обозначение	2015	2016
1	Объем выпуска продукции, ед.	ВП	13500	15620
2	Цена единицы продукции, тыс. руб.	Ц	12,3	14,3
3	Среднегодовая стоимость ОФ, тыс. руб.	ОФ	4020	4800
4	Фондоотдача, руб.	ФО		

ВАРИАНТ 7

- 1. Коэффициент износа основных средств показывает**
 - а. насколько амортизированы основные средства, т.е. в какой мере профинансирована их возможная будущая замена по мере износа,
 - б. какую долю составляет их остаточная стоимость от первоначальной стоимости за определенный период,
 - в. отношение стоимости введенных за год новых фондов к их полной стоимости на конец года.
- 2. Задачами анализа производства и реализации продукции являются:**
 - а. оценка степени выполнения плана и динамики производства и реализации продукции,
 - б. определение влияния факторов на изменение величины этих показателей,
 - в. выявление внутривозможных резервов увеличения выпуска и реализации продукции.
- 3. Определите влияние изменения доли активной части фондов в общей стоимости основных фондов предприятия, удельного веса действующего оборудования в активной части основных фондов предприятия, фондоотдачи действующего оборудования на изменение фондоотдачи основных производственных фондов. Сформулируйте выводы и дайте рекомендации.**

Наименование показателя	Значения показателя		
	ПЛАН	ФАКТ	Абсолютное изменение
Объем выпуска продукции, тыс. руб.	2 037	2 051	
Среднегодовая стоимость ОПФ, тыс. руб.	834	853	
Среднегодовая стоимость активной части ОПФ, тыс. руб.	628	805	
Среднегодовая стоимость действующего оборудования, тыс. руб.	600	772	
Удельный вес активной части (в общей стоимости ОФ)			
Удельный вес действующего оборудования в активной части ОФ			
Фондоотдача ОПФ, руб.			
Фондоотдача действующего оборудования, руб.			

4. Имеются данные о стоимости основных фондов у 20 предприятий отрасли, тыс. руб. Распределите все предприятия по стоимости ОФ (построить ряд распределения, выделив 7 групп предприятий (с равными интервалами)). Сформулируйте выводы и дайте рекомендации.

150	278	263	142
256	514	892	333
241	189	245	154
412	754	235	145
116	287	365	84

5. Проведите горизонтальный и вертикальный анализ продукции. Сформулируйте выводы и дайте рекомендации.

Наименование продукции	Объем производства, ед.		Абсолютное отклонение, ед.	Относительное отклонение, %	Удельный вес, %
	2016 год	2017 год			
Товар 1	50000	50000			
Товар 2	13750	17000			
Товар 3	47500	21000			
Товар 4	28000	43500			
Итого					

2.1.3 Время на подготовку и выполнение:

подготовка 5 мин.;
 выполнение 1 час 15 мин.;
 оформление и сдача 10 мин.;
 всего 1 час 30 мин.

2.1.4. Перечень объектов контроля и оценки

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки результата	Оценка
36-методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды, информационное обеспечение, организацию аналитической работы	Выполнение тестового задания	1 балл

37-анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности	Выполнение практического задания	1 балл
--	----------------------------------	--------

За правильный ответ на каждый теоретический вопрос выставляется положительная оценка –1 балл.

За неправильный ответ на теоретический вопрос выставляется отрицательная оценка – 0 баллов.

Максимальное количество баллов: 5.

Шкала оценки образовательных достижений

Процент результативности (правильных ответов)	Оценка уровня подготовки	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100 (5 баллов)		отлично
76 ÷ 89 (4 балла)		хорошо
50 ÷ 75 (3 балла)		удовлетворительно
менее 50 (менее 2 баллов)		неудовлетворительно

III. Контрольно – оценочные материалы для экзамена (квалификационного)

3.1. Формы проведения экзамена (квалификационного)

Экзамен (квалификационный) представляет собой процедуру оценки уровня освоения профессиональных компетенций преподавателем и работодателем. В ходе очной части экзамена обучающиеся выполняют ситуационные (торговые) задания. ПК, освоенные на производственной практике оцениваются по аттестационному листу и отчету по производственной практике – заочная часть экзамена.

При отрицательном заключении хотя бы по одной из профессиональных компетенций принимается решение «вид профессиональной деятельности не освоен».

3.2. Задания, выполняемые в ходе очной части экзамена

Билет № 1.

Условия выполнения задания:

Задания выполняются в учебном классе теоритического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.

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

Время выполнения задания: 3 академических часа.

Вариант 1

Оцениваемые компетенции:

ПК 1.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

Задание 1.

Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

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

Оцениваемые компетенции:

ПК 1.7. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

Задание 2.

Оформите счет-фактуру.

Продавец - Дзержинский мясокомбинат, покупатель – магазин Перекресток.

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

Оцениваемые компетенции:

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

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

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

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 5.

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

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

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для развивающегося маркетинга?

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 7.

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

Вопросы:

1. Какую рыночную стратегию применяли специалисты по маркетингу?

2. Охарактеризуйте цели и направления маркетинговых исследований, проведенных маркетологами швейного объединения?
3. На какие элементы комплекса маркетинга сделан акцент?

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 8.

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

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

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

Оцениваемые компетенции:

ПК 3.1. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Задание 9.

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

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменение, тыс. руб.	Темп роста, %
	тыс. руб.	%к итогу	тыс. руб.	%к итогу		
<i>Актив</i>						
1. Внеоборотные активы	85 000		87 000			
1.1 НМА	24 000		28 000			
1.2 Основные средства	54 000		50 000			
1.3 Долгосрочные фин. вложения	7 00		9 000			
2.оборотные активы	107 000		125 000			
2.1 Запасы, затраты, НДС по приобретенным ценностям	32 000		38 000			
2.2 Дебиторская	16 000		22 000			

задолженность					
2.3 Краткосрочные финансовые вложения	12 000		15 000		
2.4 Денежные средства	47 000		50 000		
3. Затраты в незавершенном производстве	14 000		15 000		
БАЛАНС	206 000		227 000		

Вы можете воспользоваться: Отчетами по практическим работам по МДК 01.01., МДК 01.02., МДК 01.03., отчетами по производственной практике, действующей нормативно - технической документацией.

Билет № 2.

Оцениваемые компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а так же требования стандартов, технических условий.

Условия выполнения задания:

Задания выполняются в учебном классе теоритического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.

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

Время выполнения задания: 3 академических часа

Вариант 2

Оцениваемые компетенции:

ПК 1.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

Задание 1. Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

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

5	Телячья	126,3	320
---	---------	-------	-----

Оцениваемые компетенции:

ПК 1.7. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

Задание 2. Оформите товарно-транспортную накладную.

Грузоотправитель – оптовая база, грузополучатель – магазин Магнит.

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

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 3. Проанализировать затраты на 1 рубль товарной продукции

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

Оцениваемые компетенции:

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 5.

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

- Запас товара на складах 254 магазинов составлял на 1 сентября 6788 ед., а на 1 ноября – 6432 ед.
- В сентябре эти магазины закупили 22 577, а в октябре – 20 900 ед. товара.

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

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для ремаркетинга?

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 7.

Исходные данные:

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

Задание:

1. Какой тип маркетинговых исследований будет наиболее уместным в данной ситуации?
2. Какая маркетинговая информация потребуется высшему руководству фирмы «Смак»?
3. Определите стратегию сбыта, средства сбыта и торговых посредников для фирмы «Смак».
4. Какие методы стимулирования продажи товаров можно использовать в этой ситуации?

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 8.

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

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

Оцениваемые компетенции:

ПК 3.1 Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Задание 9. Заполнить пассив укрупненного бухгалтерского баланса ОАО «Артель» за первое полугодие 2010 года сделать выводы об изменении структуры пассива баланса.

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

задолженность					
БАЛАНС	117 000		118 000		

Билет № 3.

Оцениваемые компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а так же требования стандартов, технических условий.

Условия выполнения задания:

Задания выполняются в учебном классе теоритического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.

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

Время выполнения задания: 3 академических часа

Вариант 3

Оцениваемые компетенции:

ПК 1.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

Задание 1. Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование рыбы с/м	количество, (кг)	розничная цена, (руб.)
1	Хек	85,7	130
2	Горбуша	98,4	85
3	Семга	56,7	526
4	Минтай	84,6	110
5	Карп	76,3	220

Оцениваемые компетенции:

ПК 1.7. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

Задание 2. Оформите счет-фактуру.

Продавец - Сормовская кондитерская фабрика, покупатель – магазин Карусель.

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена
Конфеты Ромашка	кг	220	250,00

Конфеты Мишка косолапый	кг	150	280,00
Конфеты Трюфель	кг	86	420,00
Шоколад Алленка 0,1	шт	340	23,00

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 3. Проанализировать влияние факторов на изменение уровня рентабельности.

Определить:

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

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

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 5.

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

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для поддерживающего маркетинга?

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 7.

Исходные данные:

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

Задание:

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

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 8.

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

Частные показатели:

- эффективное расширение матрицы – индекс 0,9;
- максимальное разрешение – 0,8;
- оптическое увеличение – 1,0;
- диагональ ЖК-дисплея – 0,7;
- объем карты памяти – 0,6;
- эстетика оформления – 0,3;
- гарантийный срок – 0,5;
- цена покупки – 0,8;
- эксплуатационные расходы – 0,4.

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

По каким критериям можно сгруппировать интегральный показатель?

Проведите расчет для технической группы показателей.

Оцениваемые компетенции:

ПК 3.1. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Задание 9. На основании данных актива аналитического баланса - нетто дайте оценку структуре имущества организации.

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

Вы можете воспользоваться: Отчетами по практическим работам по МДК 01.01., МДК 01.02. , МДК 01 .03., отчетами по производственной практике, действующей нормативно - технической документацией.

Билет № 4.

Оцениваемые компетенции:

- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.*
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.*
- ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.*
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.*
- ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями*
- ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.*
- ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а так же требования стандартов, технических условий.*

Условия выполнения задания:

Задания выполняются в учебном классе теоритического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.

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

Время выполнения задания: 3 академических часа

Вариант 4

Оцениваемые компетенции:

ПК 1.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

Задание 1.Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

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

Оцениваемые компетенции:

ПК1.7. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

Задание 2. Оформите товарно-транспортную накладную.

Грузоотправитель – оптовая база, грузополучатель – магазин «Овощи»

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена
---------------------	----------	--------	------

Морковь ст.	кг	265,5	35,00
Картофель ст.	кг	680,9	13,50
Капуста св.	кг	245,2	16,00

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 3. Проанализировать состав, движение и состояние основных средств

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

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 5.

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

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

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

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для демаркетинга?

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 7.

Исходные данные:

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

Задание:

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

Оцениваемые компетенции:

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

Задание 8.

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

- средняя себестоимость продукции компании А – 185 000 руб.;
- средняя себестоимость продукции компании Б – 110 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании А – 290 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании Б – 202 000 руб.

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

Оцениваемые компетенции:

ПК 3.1. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Задание 9. На основании данных пассива аналитического баланса - нетто дать оценку структуре источников средств организации.

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

IV. ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА

4.1. Условия проведения экзамена.

Экзамен выполняется в учебном классе теоритического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.

Время выполнения задания: 3 академических часа

Количество вариантов задания для экзаменующихся - 4 варианта.

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

4.2. Задания

Вариант 1

Задание 1. Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

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

Задание 2. Оформите счет-фактуру.

Продавец - Дзержинский мясокомбинат, покупатель – магазин Перекресток.

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

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

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

Задание 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения»

Задание 5.

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

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

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для развивающегося маркетинга?

Задание 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании».

Задание 7.

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

Вопросы:

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

Задание 8.

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

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

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

Задание 9.

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

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменение, тыс. руб.	Темп роста, %
	тыс. руб.	%к итогу	тыс. руб.	%к итогу		
<i>Актив</i>						
1. Внеоборотные активы	85 000		87 000			
1.1 НМА	24 000		28 000			
1.2 Основные средства	54 000		50 000			
1.3 Долгосрочные фин. Вложения	7 00		9 000			
2.оборотные активы	107 000		125 000			
2.1 Запасы, затраты, НДС по приобретенным ценностям	32 000		38 000			
2.2 Дебиторская задолженность	16 000		22 000			
2.3 Краткосрочные финансовые вложения	12 000		15 000			
2.4 Денежные средства	47 000		50 000			
3. Затраты в незавершенном производстве	14 000		15 000			
БАЛАНС	206 000		227 000			

Вариант 2

Задание 1. Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

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

Задание 2.Оформите товарно-транспортную накладную.

Грузоотправитель – оптовая база, грузополучатель – магазин Магнит.

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена
Крупа гречневая ядрица	Кг	65	38,00

Крупа рис длиннозерный	Кг	80	23,50
Сахарный песок	Кг	245	26,00

Задание 3. Проанализировать затраты на 1 рубль товарной продукции

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

Задание 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения»

Задание 5.

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

- Запас товара на складах 254 магазинов составлял на 1 сентября 6788 ед., а на 1 ноября – 6432 ед.
- В сентябре эти магазины закупили 22 577, а в октябре – 20 900 ед. товара.

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

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для ремаркетинга?

Задание 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании»,

Задание 7.

Исходные данные:

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

Задание:

1. Какой тип маркетинговых исследований будет наиболее уместным в данной ситуации?
2. Какая маркетинговая информация потребуется высшему руководству фирмы «Смак»?
3. Определите стратегию сбыта, средства сбыта и торговых посредников для фирмы «Смак».
4. Какие методы стимулирования продажи товаров можно использовать в этой ситуации?

Задание 8.

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

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

Задание 9. Заполнить пассив укрупненного бухгалтерского баланса ОАО “Артель” за первое полугодие 2010 года сделать выводы об изменении структуры пассива баланса.

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

Вариант 3

Задание 1. Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование рыбы с/м	количество, (кг)	розничная цена, (руб.)
1	Хек	85,7	130
2	Горбуша	98,4	85
3	Семга	56,7	526
4	Минтай	84,6	110
5	Карп	76,3	220

Задание 2. Оформите счет-фактуру.

Продавец - Сормовская кондитерская фабрика, покупатель – магазин Карусель.

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

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

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

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

Задание 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения»

Задание 5.

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

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для поддерживающего маркетинга?

Задание 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании»,

Задание 7.

Исходные данные:

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

Задание:

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

Задание 8.

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

Частные показатели:

- эффективное расширение матрицы – индекс 0,9;
- максимальное разрешение – 0,8;
- оптическое увеличение – 1,0;
- диагональ ЖК-дисплея – 0,7;
- объем карты памяти – 0,6;
- эстетика оформления – 0,3;
- гарантийный срок – 0,5;
- цена покупки – 0,8;
- эксплуатационные расходы – 0,4.

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

По каким критериям можно сгруппировать интегральный показатель?

Проведите расчет для технической группы показателей.

Задание 9. На основании данных актива аналитического баланса - нетто дайте оценку структуре имущества организации.

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

Вариант 4

Задание 1. Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

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

Задание 2. Оформите товарно-транспортную накладную.

Грузоотправитель – оптовая база, грузополучатель – магазин «Овощи»

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена
---------------------	----------	--------	------

Морковь ст.	кг	265,5	35,00
Картофель ст.	кг	680,9	13,50
Капуста св.	кг	245,2	16,00

Задание 3. Проанализировать состав, движение и состояние основных средств

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

Задание 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения»

Задание 5.

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

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

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

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для демаркетинга?

Задание 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании»,

Задание 7.

Исходные данные:

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

Задание:

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

Задание 8.

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

- средняя себестоимость продукции компании А – 185 000 руб.;
- средняя себестоимость продукции компании Б – 110 000 руб.;

- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании А – 290 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании Б – 202 000 руб.

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

Задание 9. На основании данных пассива аналитического баланса нетто дать оценку структуре источников средств организации.

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

4.3. Эталоны ответов.

1 вариант.

Задание № 1

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

- 1) Швейцарский = $35,7 \times 268 = 9567,6$ руб
- 2) Сливочный = $28,4 \times 253 = 7185,2$ руб
- 3) Сметанковый = $56,9 \times 264 = 15021,6$ руб
- 4) Голландский = $34,1 \times 275 = 9377,5$ руб
- 5) Король Артур = $16,3 \times 290 = 4808,5$ руб
- 6) Общая сумма инвентаризационной ведомости
 $9567,6 + 7185,2 + 15021,6 + 9377,5 + 4808,5 = 45\,960,7$ руб.

Задание № 2

Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет счет-фактуру.

Ответы по строчкам:

- 1) Колбаса Докторская = $120,6 \times 320,00 = 38\,592$ руб.
- 2) Колбаса Молочная = $3550,7 \times 310,00 = 108\,717$ руб.
- 3) Мясо птицы охлажденное = $286,1 \times 155,50 = 44\,488,55$ руб.

4) Майонез Провансаль $0,2 = 40 \times 23,50 = 940$ руб.

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

Задание № 3

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

Задание № 4

Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения».

Задание № 5

Решение:

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

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

2) Скрытый спрос.

Задание № 6

Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании».

Задание №7.

- 1) Основные маркетинговые исследования маркетологами швейного объединения были направлены на изучение товара, которые включают:
 - его новизну;
 - конкурентоспособность;
 - соответствие ГОСТам;
 - степень удовлетворенности потребностей покупателей.
- 2) Цели маркетинговых исследований в данном случае были аналитическими, т.е. выяснялись причины лежащие в отрицательной работе фабрики, поиск выхода из создавшегося положения.
- 3) Акцент в данной ситуации сделан на продукт, как как на один из составляющих комплекса маркетинга, который включает: дизайн, сервисное обслуживание, а так же продвижение: проведение демонстрации, выставок, рекламы.
Концепция совершенствования товара, т.к. производители направили свои усилия на повышение качества своего товара, несмотря на более высокие издержки, а следовательно и цены. В данном случае на лицо товарно - ориентированный вид маркетинга и стимулирующий тип маркетинга.

Задание 8.

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

Задание № 9

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменение	Темп роста, %
	тыс. руб.	%к итогу	тыс. руб.	%к итогу		
<i>Актив</i>						
1. Внеоборотные активы	85 000	41,26	87 000	38,33	2 000	102,35
1.1 НМА	24 000	11,65	28 000	12,33	4 000	116,67
1.2 Основные средства	54 000	26,21	50 000	22,03	-4 000	92,59
1.3 Долгосрочные фин.вложения	7 000	3,40	9 000	3,96	2 000	128,57

2. Оборотные активы	107 000	51,94	125 000	55,07	18 000	116,82
2.1 Запасы, затраты, НДС по	32 000	15,53	38 000	16,74	6 000	118,75
2.2 Дебиторская задолженность	16 000	7,77	22 000	9,69	6 000	137,50
2.3 Краткосрочные финансовые вложения	12 000	5,83	15 000	6,61	3 000	125,00
2.4 Денежные средства	47 000	22,82	50 000	22,03	3 000	106,38
3. Затраты в незавершенном	14 000	6,80	15 000	6,61	1 000	107,14
БАЛАНС	206 000	100,00	227 000	100,00	21 000	110,19

2 вариант.

Задание № 1

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

- 1) Докторская = $125,7 \times 248 = 31\,173,6$ руб.
- 2) Молочная = $98,6 \times 223 = 21\,987,8$ руб.
- 3) Русская = $42,9 \times 284 = 12\,183,6$ руб.
- 4) Сливочная = $49,1 \times 295 = 14\,484,5$ руб.
- 5) Телячья = $126,3 \times 320 = 40\,416$ руб.
- 6) Общая сумма инвентаризационной ведомости
 $31173,6 + 21987,8 + 12183,6 + 14484,5 + 40416 = 120\,245,5$ руб.

Задание № 2

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

Ответы по строчкам:

- 1) Крупа гречневая ядрица = $65 \times 38,00 = 2\,470$ руб.
 - 2) Крупа рис длиннозерный = $80 \times 23,50 = 1\,880$ руб.
 - 3) Сахарный песок = $245 \times 26,00 = 6\,370$ руб.
- Общая сумма: $2470 + 1880 + 6370 = 10\,720$ руб.

Задание № 3

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

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

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

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

Причины отклонений:

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

Задание № 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения».

Задание № 5

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

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

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

Задание № 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании».

Задание №7.

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

Задание № 8.

- 1) Такая группировка показывает что по техническим показателям товар А превосходит конкурента на 20 %, но по потребительским - составляют только 60 % а ценовым – 95 %
- 2) Теперь можно рассчитать интегральный показатель конкурентоспособности товара:
 $(1,2 + 0,6 + 0,95) / 3 = 0,92$
На основании этого можно сделать вывод, что товар соответствует товару конкурента на 92%. Наиболее низкий уровень получен по потребительским параметрам.

Задание № 9

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменени е, тыс. руб.	Темп роста,%
			тыс. руб.			

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

3 вариант.

Задание № 1

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

- 1) Хек = 85,7 x 130 = 11 141 руб.
- 2) Горбуша = 98,4 x 85 = 8 364 руб.
- 3) Семга = 56,7 x 526 = 29 824,2 руб.
- 4) Минтай = 84,6 x 110 = 9 306 руб.
- 5) Карп = 76,3 x 220 = 16 786 руб.
- 6) Общая сумма инвентаризационной ведомости:
 $11\,141 + 8\,364 + 29\,824,2 + 9\,306 + 16\,786 = 75\,421,2$ руб.

Задание № 2

Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет счет-фактуру.

Ответы по строчкам:

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

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

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

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

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

Задание № 3

№	Показатели	Прошлый период	Отчетный период
1	Выручка от продажи товаров	1 518 520	1 041 232
2	Себестоимость проданных товаров	130 129	904 690
3	Валовая прибыль	1 388 391	136 542
4	Коммерческие расходы	955	1 123
5	Управленческие расходы	22 473	18 863
6	Прибыль от продажи товаров	1 364 963	116 556

Рентабельность продаж (прошлый период) = $89,89\%$

Рентабельность продаж (отчетный период) = $11,19\%$

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

Задание № 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения».

Задание № 5

Решение

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

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

2) Стабильный спрос.

Задание № 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании».

Задание №7.

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

Задание № 8.

- 1) Показатель расширения матрицы означает, что оцениваемый товар на 90 % соответствует уровню товару конкурента.
- 2) Интегральный показатель можно рассчитать по следующим группам: технические, потребительски, ценовые. Он рассчитывается как среднее арифметическое вошедших в него показателей.
- 3) Показатели технической группы:
 - Технические – 0,8
 - Потребительские – 0,4
 - Ценовые – 0,6
- 4) Такая группировка показывает, что по техническим показателям товар соответствует товару конкурента на 80%, но по потребительским - составляют только 40 % а ценовым – 60 %

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

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

Задание № 9

Наименование статей актива	Сумма, тыс. руб.		Отклонение	темпы, %	
	на начало периода	на конец периода		роста	прироста
1 Основные средства и прочие внеоборотные активы	56000	60000	4000	107,14	7,14
2 Запасы и затраты	12 000	14000	2000	116,67	16,67
3 Денежные средства, расчеты и прочие активы	25 000	22 000	-3000	88,00	-12,00
3.1 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	15 000	12000	-3000	80,00	-20,00
3.2 Дебиторская задолженность	3 000	5 500	2500	183,33	83,33

3.3 Прочие оборотные активы	7 000	4 500	-2500	64,29	-35,71
Баланс	93 000	96000	3000	103,23	3,23

4 вариант.

Задание № 1

Общая сумма по инвентаризационной ведомости – 275 360 руб.

- 1) Красная шапочка = 120 x 350 = 42 000 руб.
- 2) Ромашка = 198 x 250 = 49 500 руб.
- 3) Белочка = 412 x 330 = 135 960 руб.
- 4) Сливочные = 49 x 220 = 10 780 руб.
- 5) Теремок = 126 x 320 = 37 120 руб.
- 6) Общая сумма инвентаризационной ведомости:
42 000 + 49 500 + 135 960 + 10 780 + 37 120 = 275 360 руб.

Задание № 2

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

Ответы по строчкам:

- 1) Морковь ст. = 265,5 x 35,00 = 9 292,5 руб.
 - 2) Картофель ст. = 680,9 x 13,50 = 9 192,15 руб.
 - 3) Капуста св. = 245,2 x 16,00 = 3 923,2 руб.
- Общая сумма: 9 292,5 + 9 192,15 + 3 923,2 = 22 407,85 руб.

Задание № 3

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

Δ ОС = 42 700 – 38 000 = 4700 тыс. руб.

Или в %: 4700/38000 = 12,37%

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

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

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

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

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

Задание № 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения».

Задание № 5

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

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

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

2) Избыточный спрос.

Задание № 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании».

Задание № 7

- 1) Все типы маркетинговых исследований:
 - конъюнктурные;
 - маркетинговые ;
 - рыночные.
- 2) Необходимо провести:
 - бенчмаркетинг – изучение опыта успешной деятельности конкурентов;
 - изучить ценовую политику на рынке;
 - изучить конкурентов, покупателей и их покупательскую способность.
- 3) Мероприятия по стимулированию сбыта: реклама, личные продажи, презентации, пресс- конференции, симпозиумы, публичные выступления, спонсорство.

Задание № 8

1) Определяем относительную себестоимость продукта компании А = себестоимость продукции компании А / себестоимость аналогичного продукта компании Б:
 $185\ 000 / 110\ 000 = 1,6$

2) Определяем показатель относительно приемлемой цены = приемлемая цена на продукт компании А / на приемлемую цену аналогичного продукта компании Б:
 $290\ 000 / 202\ 000 = 1,4$

3) Вставить схему. (стр 34 Лукина.)

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

Задание № 9

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

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