

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

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

Протокол № 9 от 25.06 2020 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор СПб ГБПОУ  
«Колледж «Красносельский»

Г.И. Софина  
2020 г.  
Приказ № 68 от 25.06 2020 г.



**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ПО ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

**по дисциплине**

ОПД.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

**для обучающихся по специальности**

19.02.10 Технология продукции общественного питания

**СОГЛАСОВАНО**

Эксперт(ы) от работодателя: \_\_\_\_\_



Санкт-Петербург

2020 г.

## ВВЕДЕНИЕ

Методические рекомендации предназначены для обучающихся колледжа, изучающих учебную дисциплину «Основы экономики, менеджмента и маркетинга».

Методические указания для выполнения практических работ созданы Вам в помощь для работы на занятиях, под руководством преподавателя, так и для самостоятельного выполнения практических работ, предусмотренных рабочей программой во внеаудиторное время.

Методические указания по учебной дисциплине «Организация хранения и контроль запасов сырья», имеют практическую направленность и значимость. Формируемые в процессе практических занятий умения могут Вам в будущей профессиональной деятельности.

Приступая к выполнению практической работы, вы должны внимательно прочитать цель и задачи занятия, ознакомиться с требованиями к уровню вашей подготовки в соответствии с федеральными государственными стандартами среднего профессионального образования, краткими теоретическими и учебно-методическими материалами по теме практической работы, ответить на вопросы для закрепления теоретического материала.

Все задания к практической работе должны выполняться в соответствии с инструкцией, анализировать полученные в ходе занятия результаты по приведенной методике.

Отчет о практической работе выполнить по приведенному алгоритму, опираясь на образец.

Наличие положительной оценки по практическим работам необходимо для получения зачета по дисциплине, поэтому в случае отсутствия на занятии по любой причине или получения неудовлетворительной оценки за практическую работу вы должны найти время для ее выполнения или пересдачи.

**Внимание!** Если в процессе подготовки к практическим работам или при решении задач у Вас возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения разъяснений или указаний в дни консультаций или дополнительных занятий.

### 1. Перечень практических работ по дисциплине

№ работы	Название	Форма проведения	Кол. час.
1.	Практическое занятие №1 Рыночное равновесие. Определение рыночных структур	Практическая работа	6
2.	Практическое занятие №2 Расчет затрат и прибыли предприятия.	Практическая работа	2
3.	Практическое занятие №3 Отработка навыков делового общения. Определение этического поведения менеджера.	Деловая игра	6
4	Практическое занятие №4 Анализ ситуаций на рынке товаров и услуг	Решение кейсов	3
5	Практическое занятие №5 Определение жизненного цикла продукции и разработка маркетинговых мероприятий	Проект	3
итого			20

## Практическое занятие №1

### РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ. РАСЧЕТ ЭЛЕМЕНТОВ РОЗНИЧНОЙ ЦЕНЫ

**Цель:** закрепить теоретические знания и отработать практические навыки:

- ценовой политики торгового предприятия;
- установления розничной цены товара.

**Учебный материал:**

таблица «Показатели, применяемые при расчете розничной цены» (приложение № 2).

**Теория:** повторить основные понятия и определения:

1. Понятие цены.
2. Доходы организации.
3. Механизм рыночного ценообразования.

### ХОД ВЫПОЛНЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

**1. Выполните задания по вариантам (приложение 1).**

ЗАДАНИЕ 1. Решите задачу 1.

ЗАДАНИЕ 2. Решите задачу 2.

ЗАДАНИЕ 3. Решите задачу 3.

ЗАДАНИЕ 4. Ответьте на предложенные вопросы.

**2. Составьте отчет о проделанной работе.**

**ПРИЛОЖЕНИЕ № 1 к практической работе № 1**

#### ВАРИАНТ 1

ЗАДАНИЕ 1. Решите задачу 1. Рассчитайте размер торговой надбавки для предприятия торговли.

С учетом данных анализа уровень издержек обращения предприятия планируется в размере 17 % к обороту. Прибыль предприятия в планируемом году должна составить 1450 тыс. руб.

Планируемый оборот розничной торговли – 36 800 тыс. руб. Средний размер НДС (с учетом ассортимента товаров) – 16 %.

ЗАДАНИЕ 2. Решите задачу 2. Рассчитайте размер торговой надбавки для предприятия торговли. План оборота розничной торговли – 43 600 тыс. руб. Плановый уровень

издержек обращения – 14% к обороту. Необходимая прибыль – 40 % от издержек обращения. Стоимость товаров по ценам закупки составляет 63% в розничной цене товаров.

**ЗАДАНИЕ 3.** Решите задачу 3. Рассчитайте размер наценки столовой на сырье и продукты для производства собственной продукции.

Уровень расходов по выпуску и реализации продукции собственного производства составит в планируемом году 32% к обороту. Необходимая прибыль – 3,5 % к обороту.

План оборота по продукции собственного производства – 24 600 тыс. руб. НДС – 10%.

**ЗАДАНИЕ 4.** Ответьте на предложенные вопросы:

1. Каковы элементы торговой надбавки и наценки предприятий питания?
2. Для чего предназначены торговые надбавки и наценки?

## **ВАРИАНТ 2**

**ЗАДАНИЕ 1.** Решите задачу 1. Рассчитайте размер торговой надбавки для предприятия торговли.

С учетом данных анализа уровень издержек обращения предприятия планируется в размере 15 % к обороту. Прибыль предприятия в планируемом году должна составить 2250 тыс. руб.

Планируемый оборот розничной торговли – 39 800 тыс. руб. Средний размер НДС (с учетом ассортимента товаров) – 18 %.

**ЗАДАНИЕ 2.** Решите задачу 2. Рассчитайте размер торговой надбавки для предприятия торговли. План оборота розничной торговли – 53 600 тыс. руб. Плановый уровень издержек обращения – 16% к обороту. Необходимая прибыль – 45 % от издержек обращения. Стоимость товаров по ценам закупки составляет 65 % в розничной цене товаров.

**ЗАДАНИЕ 3.** Решите задачу 3. Рассчитайте размер наценки столовой на сырье и продукты для производства собственной продукции.

Уровень расходов по выпуску и реализации продукции собственного производства составит в планируемом году 35% к обороту. Необходимая прибыль – 5,5 % к обороту.

План оборота по продукции собственного производства – 26 600 тыс. руб. НДС – 10%.

**ЗАДАНИЕ 4.** Ответьте на предложенные вопросы:

1. Каков порядок экономического обоснования и установления торговых надбавок (наценок предприятий питания)?

2. Для чего предназначены торговые наценки?

## **Практическое занятие №2**

### **РАСЧЕТ ЗАТРАТ И ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ.**

**Цели:** закрепить теоретические знания и отработать практические навыки:

- разработке стадий принятия решений
- выработки решений
- расчета затрат и прибыли предприятия общ. питания

**Теория:** повторить основные понятия и определения:

1. Общее понятие принятия решений
2. Процесс принятия управленческих решений

## **ХОД ВЫПОЛНЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ**

**Выполните задания, используя данные приложения № 1.**

**ЗАДАНИЕ 1:** ответьте на предложенные вопросы, проанализировав текст приложения № 1.

**ЗАДАНИЕ 2:** из предложенного вам списка решений выберите программированное решение, объясните свой выбор.

**2. Составьте отчет о проделанной работе**

### **ПРИЛОЖЕНИЕ №1 к практической работе № 2**

#### **Программы «Медэкс».**

Компания «Медэкс» занималась разработкой и продажей в России и в некоторых странах СНГ компьютерных финансовых программ для медицинских учреждений. Компания была основана несколько лет назад Олегом Владимировичем Петренко, бывшим высокопоставленным чиновником всесоюзного в то время министерства здравоохранения. В настоящее время в компании работают **30** аналитиков и программистов.

Раз в месяц правление компании проводило обсуждение планов, проблем и возможностей, имеющихся у компании. Заседания собирал и проводил сам Петренко. В правление также входили: Феликс Толкачев — маркетинг; Екатерина Семина- операции; Алексей Хитин — развитие систем; Дмитрий Боровской финансы и учет; Ахмет Багиров — системный анализ. Ниже приведена запись правления, на котором одним из вопросов обсуждения были обслуживанию проданных ранее программ.

ПЕТРЕНКО: Итак, последнее в повестке дня сегодняшнего заседания — это контракты по обслуживанию. Дмитрий, это твой вопрос.

БОРОВСКОЙ: Да, я просмотрел контракты по обслуживанию программ, имеющиеся у нас с рядом наших клиентов, и мне кажется, что мы не получаем от них хорошего возврата на капитал. По моим подсчетам, лучше было бы продавать каждый год обновленную версию нашего пакета программ "Медэкс", чем предлагать контракты по их обслуживанию... или, это совершенно ясно, мы должны увеличить цену этих контрактов.

ПЕТРЕНКО: Насколько ты предлагаешь поднять цену?

БОРОВСКОЙ: Сегодня мы на отметке нулевой прибыли.

ПЕТРЕНКО: Так что ты предлагаешь?

БОРОВСКОЙ: Я думаю, мы должны увеличить годовую плату за обслуживание программ «Медэкс», по крайней мере, на 30%.

ТОЛКАЧЕВ: Если мы это сделаем, то мы можем потерять ряд клиентов ...может, не тех, кто уже у нас есть, но некоторых потенциальных клиентов.

ПЕТРЕНКО: Сколько пользователей программ имеет с нами контракты по обслуживанию?

ТОЛКАЧЕВ: Я не знаю.

БОРОВСКОЙ: Мне кажется, около 80%.

ПЕТРЕНКО: Какова стандартная цена, исчисляемая на процентной основе к пакету программ?

ТОЛКАЧЕВ: Это в некоторой степени зависит от цены на программу, но больше связано с тем, как часто она изменяется.

ХИТИН: Может быть, мы не должны делать так много изменений в программах. В прошлом году мы сделали такие изменения для программы "В", и тогда Центральный кардиологический центр изменил свое решение. Нам было бы лучше потратить время на переход к новой системе компании "ЭППЛ"

СЕМИНА: Это не помогло, и от нас ушел Станислав Фридман, он знал наши программы «вдоль и поперек».

ПЕТРЕНКО: Да! Станислав был уникальный специалист и работник. Почему бы нам не попытаться лучше продавать контракты по обслуживанию «Медэкс»? Разве компании «Медсистем» и «ТМС» не проводят такие же изменения, которые делаем мы, и не осуществляют это так же часто? Давайте сообщим нашим клиентам, что наши программы являются самыми совершенными на рынке.

ТОЛКАЧЕВ: В одной из упомянутых компаний сменился финансовый директор.

ПЕТРЕНКО: Ахмет, мы еще ничего не слышали от тебя. Может, у тебя есть какие-нибудь идеи в отношении того, как снизить стоимость контрактов по обслуживанию?

БАГИРОВ: Мне особо нечего сказать — это же проблема маркетинга. Мне так кажется... как продавать контракты?

СЕМИНА: Я думаю, нам надо иметь больше данных и информации. Может быть, нам следует отложить этот вопрос до тех пор, пока мы лучше изучим потребности наших клиентов и тому подобное.

БОРОВСКОЙ: Что конкретно мы должны знать?

ПЕТРЕНКО: Нам необходимо знать предполагаемые по плану изменения на следующий год и во сколько это обойдется с точки зрения их осуществления.

СЕМИНА: Извините меня, мне надо уйти. Я должна встретиться с Георгиевским в 11:00.

БОРОВСКОЙ: Почему бы нам просто не поднять цену на 20% для новых клиентов и посмотреть, что произойдет? Увеличила же «ТМС» свою цену на 35% в год.

ПЕТРЕНКО: Что ты думаешь, Феликс?

ТОЛКАЧЕВ: Да, мы можем попытаться это сделать. Однако мы можем потерять некоторых потенциальных клиентов.

ПЕТРЕНКО: Хорошо, давайте попробуем это сделать

#### ВАРИАНТ 1

ЗАДАНИЕ 1: ответьте на предложенные вопросы, проанализировав выше приведённый текст:

1. В каких заявлениях формулировалась проблема, требующая решения в ходе заседания? Является ли решаемая на заседании проблема структурированной? Обоснуйте свою позицию.
2. Какие роли выполнял Петренко как менеджер в ходе принятия решений на заседаниях? Какие методы принятия решения он использовал?
3. Есть ли какие-либо этические аспекты в принятии данного решения? Какие? Объясните.

ЗАДАНИЕ 2: из предложенного вам списка решений выберите программированные решение, объясните свой выбор:

1. Наем заведующим специалиста в исследовательскую лабораторию компании, производящей сложную техническую продукцию.
2. Определение финансовым директором размера дивидендов, которые должны быть выплачены акционерам на девятый год последовательной успешной финансовой деятельности компании.
3. Выбор членами правления места для очередного филиала банка, уже имеющего 50 отделений в крупном городе.



4.Определение годового задания для ассистента профессора.

5. Выбор авторами печатного издания для размещения рекламы нового вузовского учебника.

## ВАРИАНТ 2

ЗАДАНИЕ 1: ответьте на предложенные вопросы, проанализировав выше приведённый текст:

3. Каким интересам служили заявления, высказанные в ходе заседания? Какая модель принятия решения использовалась в ходе заседания? Приведите аргументы.
4. В каких условиях принималось решение в ходе заседания? Объясните.
5. Какое решение приняли бы вы в данной ситуации? Дайте подробное объяснение своей точки зрения.

ЗАДАНИЕ 2: из предложенного вам списка решений выберите программированные решение, объясните свой выбор:

- Доведение мастером до рабочих дневного задания.
- Решение начальника о допущении официального отсутствия, подчиненного на рабочем месте в связи с посещением им врача.
- Согласие руководителя на принятие выпускника юридического факультета на работу в аппарат крупной фирмы.
- Согласие начальника на предоставление подчиненному возможности посетить учебный семинар в области его специализации.

Выбор правлением компании места для строительства ресторана "Вкусно и быстро" в небольшом, но растущем городе, находящемся между двумя очень большими городами

*Контрольные вопросы:*

- 1.Понятие и виды прибыли?
2. Куда использует предприятие полученную прибыль?
3. Чем отличается валовая и чистая прибыль?
4. Что такое рентабельность и какие виды рентабельности вы знаете?

*Задание 2.:* Используя формулы, решить предложенные задачи

*Прибыль* – разница между доходом и издержками.

Прибыль формируется из трех источников:

- прибыль от продажи готовой продукции;
- прибыль внереализационная (от продажи основных производственных фондов, от сдачи помещений в аренду, от продажи акций и др.);
- прибыль от реализации продукции побочных цехов, от реализации отходов и т.д.

$Пвал. = Прал. + Пвн. + Ппр.$

*Общая рентабельность предприятия* определяется отношением балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и среднегодовой сумме нормируемых оборотных средств.

$Роб. = Пвал. / (Фср.г. + Соб.н.) * 100$

### Задача №1

Определить планируемую прибыль от реализации продукции кофе на основе следующих данных:

- остатки нереализованной продукции на начало планируемого года, тыс.руб.

по оптовым ценам предприятия.....380

по производственной себестоимости.....266

- планируемый товароборот, тыс.руб.

по оптовым ценам предприятия.....230000

по производственной себестоимости.....162000

- остатки нереализованной продукции на конец планируемого года, тыс.руб.

по оптовым ценам предприятия.....290

по производственной себестоимости.....203

### Задача №2

Рассчитать общую рентабельность предприятия, если на начало планируемого года основные производственные фонды составляли 12100 тыс.руб. С 1 июля вводятся основные производственные фонды на сумму 230 тыс.руб., а с 1 декабря выбывают фонды на сумму 98 тыс.руб. Полная себестоимость реализуемой продукции по плану 128000 тыс.руб. Плановая стоимость реализуемой продукции в действующих оптовых ценах предприятия 166400 тыс.руб. Прибыль от услуг непромышленного характера 76 тыс. руб, по операциям с тарой 7 тыс.руб. Задолженность по кредиту Урса банку за покупку нового оборудования составляет 680 тыс. руб, годовой процент кредита 14% от взятой суммы. Плановый размер нормируемых оборотных средств составляет 700000 тыс.руб.

### Задача №3

Определить фонд развития производства кафе «Приличное», если а планируемом году среднегодовая стоимость основных производственных фондов 1680 тыс.руб.; средняя норма амортизации 10%, в том числе на полное восстановление 5,6%. Размер отчислений в фонд развития производства от суммы амортизационных отчислений, идущих на полное восстановление, 40%. Выручка от реализации излишнего оборудования 37 тыс.руб. Норматив отчислений от балансовой прибыли 5%. Балансовая прибыль на планируемый год 1450 тыс. руб.

### Задача №4

Определить балансовую прибыль кафе на планируемый год на основании следующих данных (в тыс. руб.):

- прибыль, тыс.руб.	
от реализации продукции.....	22780
от прочей реализации.....	412
- доходы от внереализационных операций, в том числе поступления списанных ранее безнадежных долгов, тыс. руб. ....	56
- внереализационные расходы, в том числе списание дебиторской задолженности, тыс. руб.....	32
- прибыль по операциям с тарой, тыс. руб.....	112

### Задача №5

Определить планируемую прибыль от реализации продукции кафе на основе следующих данных:

- остатки нереализованной продукции на начало планируемого года, тыс.руб.	
по оптовым ценам предприятия.....	2290
по производственной себестоимости.....	2060
- планируемый товарооборот, тыс.руб.	
по оптовым ценам предприятия.....	895000
по производственной себестоимости.....	697000
- остатки нереализованной продукции на конец планируемого года, тыс.руб.	

по оптовым ценам предприятия.....1230

по производственной себестоимости.....931

### **Задача №6**

Рассчитать общую рентабельность предприятия, если на начало планируемого года основные производственные фонды составляли 88100 тыс.руб. С 1 июля вводятся основные производственные фонды на сумму 410 тыс.руб., а с 1 декабря выбывают фонды на сумму 981 тыс.руб. Полная себестоимость реализуемой продукции по плану 98600 тыс.руб. Плановая стоимость реализуемой продукции в действующих оптовых ценах предприятия 166400 тыс.руб. Прибыль от услуг непромышленного характера 96 тыс. руб, по операциям с ценными бумагами 781 тыс.руб. Плановый размер нормируемых оборотных средств составляет 40000 тыс.руб.

### **Задача №7**

Определить фонд развития производства кафе «Приличное», если а планируемом году среднегодовая стоимость основных производственных фондов 8630 тыс.руб.; средняя норма амортизации 12,8%. Размер отчислений в фонд развития производства от суммы амортизационных отчислений, 35%. Выручка от реализации излишнего оборудования 372 тыс.руб. Норматив отчислений от балансовой прибыли 5%. Балансовая прибыль на планируемый год 6420 тыс. руб.

### **Задача №8**

Определить балансовую прибыль кафе на планируемый год на основании следующих данных (в тыс. руб.):

- прибыль, тыс.руб.

от реализации продукции.....11480

от прочей реализации.....358

- доходы от внереализационных операций, тыс. руб. ....61

### **Практическое занятие №3**

#### **ОТРАБОТКА НАВЫКОВ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ МЕНЕДЖЕРА.**

**Цели:** закрепить теоретические знания и отработать практические навыки:

- этики делового общения;
- имиджа делового человека

**Теория:** повторить основные понятия и определения:

1.Имидж делового человека

## ХОД ВЫПОЛНЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

### 1. Выполните задания, используя данные приложения № 1.

ЗАДАНИЕ 1. Ответьте на предложенные вопросы, проанализировав текст

ЗАДАНИЕ 2. Составьте список наиболее важных качеств менеджера с точки зрения этики деловых отношений (не менее 15 качеств). Объясните свою точку зрения.

2. Составьте отчет о проделанной работе

### ПРИЛОЖЕНИЕ 1 к практической работе № 3

#### Любите ли вы свою работу?

Лида Смирнова пристально смотрела на свой кофе и пирожок. После трудного рабочего дня она пыталась расслабиться в кафе, часто посещаемом деловыми людьми. Подняв взгляд, она заметила свою давнюю подругу ПО университету, входящую в кафе. Прошло уже два года, как она последний РАЗ виделась с Анной Яблоковой. В то время они были в одной группе на занятиях ПО КУРСУ «Организационное поведение».

«Анна! — воскликнула Лида, пытаясь привлечь ее внимание. — Присаживайся. Я не видела тебя целую вечность. Я не знала, что ты осталась в городе». «Я проходила вводное обучение в страховой компании, где работаю последние 18 месяцев, — ответила Анна. — А как у тебя дела?» «Я работаю в рекламном агентстве «Альбатрос». Я там почти уже год», — сказала Лида.

«Интересно, что это за организация? — спросила Анна. — Я слышала, что это достаточно жесткая контора».

«Я не знаю, откуда у тебя такая информация, — ответила Лида, — НО ТЫ ПРАВА. Платят действительно хорошо, но ежедневно выжимают из нас КАЖДЫЙ выплаченный нам рубль. Люди, с которыми я работаю, очень хорошие, но СИЛЬНО конкурируют друг с другом. Я думаю, что наша компания проводит неписаную политику. Новых людей пытаются столкнуть друг с другом, а «ПОБЕДИТЕЛЬ» получает продвижение. Не получившие продвижение ДОЛГО НЕ ЗАДЕРЖИВАЮТСЯ в компании. Они ищут что-нибудь на стороне ИЛИ ИХ ПРОСЯТ ПОДЫСКАТЬ себе что-нибудь другое. Я надеюсь, ты понимаешь, ЧТО Я ИМЕЮ В ».

Анна сочувственно взглянула на подругу. «У нас в страховой компании тоже идет своя борьба, но все это выглядит несколько иначе. У МЕНЯ ОТНОСИТЕЛЬНО низкая заработная плата, но мне кажется, что МЕНЯ скоро повысят. Как бы этого хотелось. Когда я начала работать, мне сказали, что повысят ЧЕРЕЗ ДЕВЯТЬ МЕСЯЦЕВ ученичества, но они превратились сначала в 12, затем в 15, а сейчас это уже составляет 18 месяцев и никого из моей группы еще не повысили. Двое, занимавшие должности выше меня, уже уволились. Поэтому нас, ДВОИХ оставшихся, скоро повысят. Я надеюсь, что это коснется и меня. Политика компании заключается в продвижении людей, но в медленном продвижении. Можно, КОНЕЧНО, было бы обратиться к ряду официальных кадровых документов. Я уже Подобрала много таких материалов, но как-то беспокоюсь, стоит ли мне на них ссылаться. У меня прекрасная начальница. Когда я разуверилась во всем, она отвела меня в сторону и сказала, что у меня все идет хорошо. Она показала планы компании по продвижению сотрудников и сказала, что она будет настойчиво рекомендовать меня на открывающиеся вакансии. Мне кажется, я просто нетерпеливая».

Ли да отставила свой кофе. «Мой начальник просто дурак, но он хитрый дурак. Он окружил себя людьми, делающими так, что он выглядит хорошо. Они делают свою работу, а он получает все результаты. Я научилась больше от коллег, чем от него. Не понимаю, как такие, как он, выживают в нашей компании. Ты, наверное, сейчас думаешь, что его подчиненные надеются на свое продвижение. Он, должно быть, лучший артист, чем я о нем думала».

«Тебе нравится то, что ты делаешь?» — спросила Анна.

«Да, это очень интересное дело, — ответила Лида. — Это более сложно, чем то, чему нас учили в университете. Было бы лучше, если бы наши профессора рассказывали нам о политике в компаниях. Я хотела бы знать что-нибудь о том, как сделать так, чтобы увидеть в своем начальнике что-то хорошее. Ты видишь, мне это очень необходимо».

Обе некоторое время сидели тихо. В заключение Анна сказала: в пятницу в театре будут показывать новую пьесу. У меня есть лишний билет. Хочешь пойти со мной?»

««Я бы пошла, Анна», — сказала Лида, — но взяла домой много работы. Может быть, мы сходим куда-нибудь вместе в следующий раз, ладно?»

«Да, конечно, — ответила Анна, — после того, как нас обеих повысят»

Они обе засмеялись, и Анна потянулась за своим пальто.

## **ВАРИАНТ 1**

**ЗАДАНИЕ 1.** Ответьте на предложенные вопросы, проанализировав текст:

1. Как бы вы могли охарактеризовать каждую из героинь ситуации как личность?
2. Как бы вы оценили удовлетворенность работой Лиды и Анны?
3. Что можно сказать о том, как их менеджеры управляют сложившейся в компаниях ситуациями, а также об этическом поведении этих менеджеров?

**ЗАДАНИЕ 2.** Составьте список наиболее важных качеств менеджера с точки зрения этики деловых отношений (не менее 15 качеств). Объясните свою точку зрения.

## **ВАРИАНТ 2**

**ЗАДАНИЕ 1.** Ответьте на предложенные вопросы, проанализировав текст:

1. Что можно сказать о каждой из девушек с позиции того, как они относятся к фактам и событиям, изложенным в ситуации, как они описывают свою работу и отношения по работе?
2. Кто из девушек больше доволен своей работой в целом и почему?
3. Не кажется ли вам, что девушки приписывают разную степень важности различным аспектам своей работы? Какие из этих аспектов воспринимаются ими как более важные и для кого?

**ЗАДАНИЕ 2.** Составьте список наиболее важных качеств менеджера с точки зрения этики деловых отношений (не менее 15 качеств). Объясните свою точку зрения.

#### **Практическое занятие №4**

#### **АНАЛИЗ ситуаций на рынке товаров и услуг**

**Цель работы:** закрепить теоретические знания и отработать практические навыки анализа факторов макро и микросреды предприятия.

#### **Теория:**

- Повторить основные факторы микросреды.
- Повторить основные факторы макросреды.

#### **ХОД ВЫПОЛНЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ**

##### **1. Выполните задания по вариантам (приложение 1).**

**ЗАДАНИЕ 1.** Проведите маркетинговое исследование, предварительно заполнив аналитическую таблицу и определите влияние различных факторов макросреды на организацию.

**ЗАДАНИЕ 2.** Проведите маркетинговое исследование и заполните аналитическую таблицу по выявлению влияния факторов микросреды на деятельность отрасли.

##### **2. Составьте отчет о проделанной работе.**

#### **Приложение 1 к практической работе № 4**

##### **ВАРИАНТ 1.**

**ЗАДАНИЕ 1.** Проведите маркетинговое исследование, предварительно заполнив аналитические таблицы и определите влияние различных факторов макросреды на деятельность вашей организации. Для анализа используйте методику экспертных оценок по трёхбалльной шкале:

- 3 – Сильная важность (влияние)
- 2 – умеренная важность (влияние)
- 1 – слабая важность (влияние).

Направление влияние оценивается либо как позитивное (+1), либо как негативное (- 1).

Сделайте выводы о наибольшем положительном и отрицательном влиянии на деятельность выбранного вами предприятия.

##### **1.1 Влияние экономической среды на деятельность организации**

<b>Факторы среды</b>	<b>Важность для отрасли</b>	<b>Влияние на предприятие</b>	<b>Направление влияния</b>	<b>Степень важности для предприятия</b>
1	2	3	4	$5=2*3*4$
Общий уровень экономического развития				
Система налогообложения и качество экономического законодательства				
Уровень развития конкуренции				
Масштабы правительственной поддержки отрасли				
Размеры рынка и темпы его изменения				
Состояние фондового рынка				
Инвестиционные процессы				
Ставка банковского процента				
Уровень ценообразования				
Стоимость земли				

### 1.2. Влияние демографической среды на деятельность организации

<b>Факторы среды</b>	<b>Важность для отрасли</b>	<b>Влияние на предприятие</b>	<b>Направление влияния</b>	<b>Степень важности для предприятия</b>
1	2	3	4	$5=2*3*4$
Количество потенциальных потребителей				
Наличие и потенциальное количество рабочей силы				
Квалификационные характеристики рабочей силы				

### 1.3 Влияние природно - экологической среды на деятельность организации



<b>Факторы среды</b>	<b>Важность для отрасли</b>	<b>Влияние на предприятие</b>	<b>Направление влияния</b>	<b>Степень важности для предприятия</b>
1	2	3	4	$5=2*3*4$
Природно-климатические условия				
Территориальное размещение полезных ископаемых и природных ресурсов				
Размещение больших промышленных центров				
Состояние экологии				

**ЗАДАНИЕ 2.** Проведите маркетинговое исследование и заполните аналитические таблицы по выявлению влияния факторов микросреды на деятельность вашей организации. Исследования проводите по методике, аналогичной использованной методике в первом задании. Сделайте соответствующие выводы.

### 2.1. Влияние конкурентной среды на деятельность организации

<b>Факторы среды</b>	<b>Важность для отрасли</b>	<b>Влияние на предприятие</b>	<b>Направление влияния</b>	<b>Степень важности для предприятия</b>
1	2	3	4	$5=2*3*4$
Обслуживаемая доля рынка				
Опыт предприятия				
Финансовое состояние предприятия				
Наличие лицензий				
Наличие высококвалифицированных кадров				
Виды и количество рекламы				
Существующие ценности и нормы в организации				
Стиль руководства в организации				

<b>Факторы среды</b>	<b>Важность для отрасли</b>	<b>Влияние на предприятие</b>	<b>Направление влияния</b>	<b>Степень важности для предприятия</b>
Уровень сервисного обслуживания				
Финансовые цели				
Система стимулирования сбыта				

## ВАРИАНТ 2.

**ЗАДАНИЕ 1.** Проведите маркетинговое исследование, предварительно заполнив аналитические таблицы и определите влияние различных факторов макросреды на деятельность вашей организации. Для анализа используйте методику экспертных оценок по трёхбалльной шкале:

3 – Сильная важность (влияние)

2 – умеренная важность (влияние)

1 – слабая важность (влияние).

Направление влияние оценивается либо как позитивное (+1), либо как негативное (- 1).

Сделайте выводы о наибольшем положительном и отрицательном влиянии на деятельность выбранного вами предприятия.

### 1.1. Влияние социально-культурной среды на деятельность организации

<b>Факторы среды</b>	<b>Важность для отрасли</b>	<b>Влияние на предприятие</b>	<b>Направление влияния</b>	<b>Степень важности для предприятия</b>
1	2	3	4	$5=2*3*4$
Традиции и культурные ценности				
Уровень образования				
Взаимоотношения внутри общества				
Приятие-неприятие частного предпринимательства				
Отношение к иностранным инвестициям				

### 1.1. Влияние научно-технической среды на деятельность организации

<b>Факторы среды</b>	<b>Важность для отрасли</b>	<b>Влияние на предприятие</b>	<b>Направление влияния</b>	<b>Степень важности для предприятия</b>
1	2	3	4	5=2*3*4
Появление технологических прорывов				
Удельный вес наукоемких технологий в производстве				
Требования к квалификации кадров				
Требования к научно-техническому уровню конкурентоспособной продукции				
Требования к научно-технологическому уровню производства				

### 1.3. Влияние политико-правовой среды на деятельность организации

<b>Факторы среды</b>	<b>Важность для отрасли</b>	<b>Влияние на предприятие</b>	<b>Направление влияния</b>	<b>Степень важности для предприятия</b>
1	2	3	4	5=2*3*4
Отношение государства к собственности				
Политическая стабильность в государстве				
Отношение государства к отрасли				
Уровень регулирования и контроля со стороны государства				
Политика государства в подготовке кадров для отрасли				
Законы и нормативные акты				
Эффективность правовой системы				
Практическая реализация законодательства				

**ЗАДАНИЕ 2.** Проведите маркетинговое исследование и заполните аналитические таблицы по выявлению влияния факторов микросреды на деятельность вашей организации. Исследования проводите по методике, аналогичной использованной методике в первом задании. Сделайте соответствующие выводы.

### 2.1 Влияние поведения поставщиков на деятельность организации

Факторы среды	Важность для отрасли	Влияние на предприятие	Направление влияния	Степень важности для предприятия
1	2	3	4	5=2*3*4
Ценовая эластичность ресурсов				
Количество поставщиков				
Возможность использования ресурсов-заменителей				
Наличие компаний поставщиков-заменителей				
Наличие отраслей, использующих аналогичные ресурсы				
Оценка затрат по замене поставщика ресурсов				

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКЦИИ И РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ.

**Цель работы:** закрепить теоретические знания и отработать практические навыки рекламной деятельности.

#### Теория:

1. Повторить основные понятия маркетинга

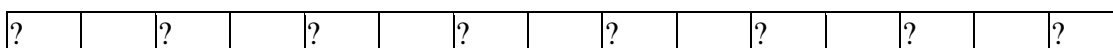
### ХОД ВЫПОЛНЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

#### 1. Задание

1. Распределите в определенной последовательности следующие этапы процесса разработки товара-новинки (рис. 1).

1. Разработка замысла и его проверка.

2. Испытание в рыночных условиях.
3. Анализ возможностей производства и сбыта.
4. Разработка товара.
5. Формирование идей.
6. Разработка стратегии маркетинга.
7. Развертывание коммерческого производства.
8. Отбор идей.



*Рис. 1. Этапы процесса разработки товара-новинки*

**Задание 2.** На рис. 1 укажите стадии (фазы) жизненного цикла товара.

1. Стадия подготовки к вводу товара на рынок.
2. Стадия спада.
3. Стадия зрелости.
4. Стадия роста.
5. Стадия насыщения.

*Рис. 2. График зависимости объема продаж от времени*

**Задание 3.**

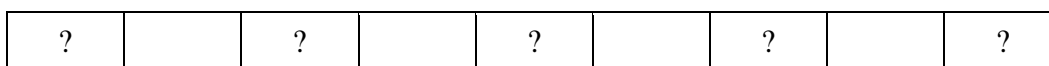
На рис. 2 изображены три уровня товара с соответствующими характеристиками каждого уровня. По имеющимся характеристикам определите название каждого уровня: товар по замыслу; товар с подкреплением; товар в реальном исполнении.



*Рис. 2. Характеристика уровня товаров*

**Задание 4.** Заполните блок-схему (рис. 3), используя следующие элементы:

1. Реализация новой ценовой стратегии;
2. Определение спроса;
3. Формирование целей ценообразования;
4. Приспособление установленных цен;
5. Анализ цен и товаров конкурентов, собственных издержек.



*Рис. 3. Схема процесса разработки исходной цели*

### **Задание 5.**

Предположим, что наряду с наступательной стратегией имеются способное и деятельное руководство, творческий коллектив, ресурсы, удачно избранная исходная идея, хорошо функционирующая инновационная система, благоприятная промышленная и культурная инфраструктуры. Первой стратегической проблемой, с которой сталкивается руководство на практике, является проблема оценки и измерения.

Вопрос: Пусть некий предприниматель твердо установил направления технического развития, подкрепил это решение прогностическими экономическими расчетами, содержащими элемент интуитивности. Тогда, какой способ развития будет для него наиболее дешевым и быстрым:

- Э собственная разработка нового товара;
- Э покупка лицензии;
- Э ... ?

**Задание 6.** Изучите типичные заблуждения менеджеров при принятии решения о судьбе новой технологии на его предприятии, характерные сегодня для стран развитого рынка. Можно ли назвать их характерными для России?

*Заблуждение 1.* При выборе новой технологии исходят из ее привлекательности и грандиозных возможностей, которые она сулит. На самом деле надо исходить из того, насколько она будет удовлетворять требования потребителей.

*Заблуждение 2.* Считается, что при выборе новой технологии необходимо исходить из анализа теоретической рациональности и целесообразности ее внедрения. На самом деле надо учитывать сильное влияние нынешней практики и прошлого опыта.

*Заблуждение 3.* Все усовершенствования и нововведения, в конце концов, будут восприняты и переняты. На самом деле надо осознать, что большинство из них не окончатся и не должно окончиться успехом.

*Заблуждение 4.* Технологические усовершенствования обладают самостоятельной ценностью. На самом деле только потребитель определяет их истинную ценность.

*Заблуждение 5.* Выигрывают принципиально новые технологии. На самом деле новое не всегда значит лучшее.

*Заблуждение 6.* Перспективы применения новой технологии определяют ее успешное внедрение. На самом деле решающим фактором часто является инфраструктура, необходимая для ее внедрения.

Продумайте, имеются ли сегодня в России объективные условия для воспроизведения подобных ошибок.

### Задание 7.

Практика знает разные пути обеспечения конкурентоспособности фирмы. Среди них:

1. Снижение издержек производства до уровня ниже, чем у конкурентов.
2. Более высокий технический уровень продукции, нежели у конкурентов.
3. Более высокая надежность изделий.
4. Более высокая скорость доставки товара.
5. Более совершенный дизайн товара.
6. Улучшенная упаковка.
7. Повышенная насыщенность рекламы.
8. "Индивидуализация" изделия по требованию заказчика.
9. Более совершенное техническое обслуживание проданного изделия.
10. Длительные сроки гарантии и другие.

**Дайте ответы на следующие вопросы:**

1. Какие другие пути повышения конкурентоспособности фирмы можно предложить?
2. Какие из упомянутых и предложенных Вами направлений деятельности по повышению конкурентоспособности фирмы являются наиболее действенными?

**Задание 8.** Проанализируйте, объясните и дополните функции каналов товародвижения (рис. 4).

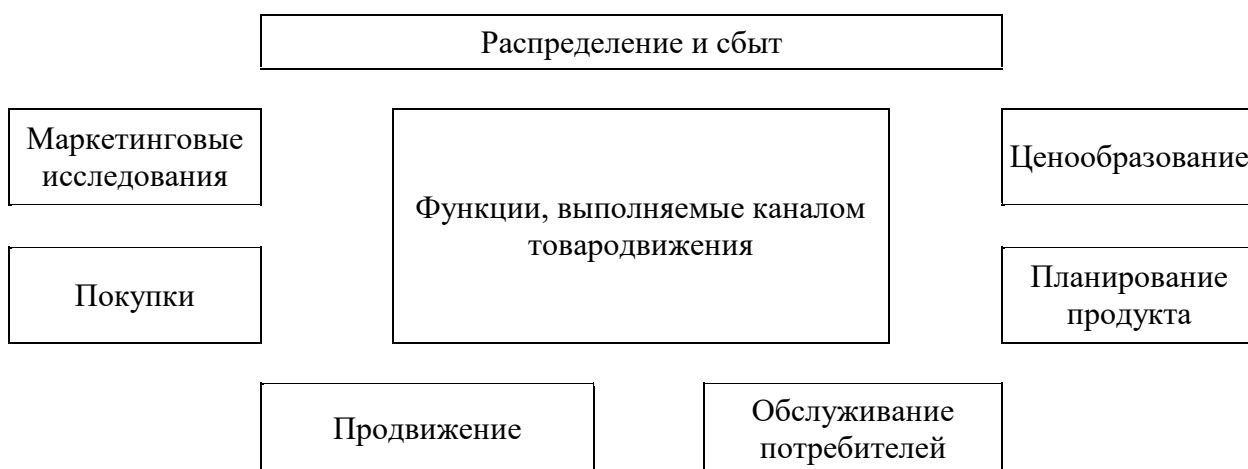


Рис. 4. Функции каналов товародвижения

**Задание 9.** Чем отличается товар-предмет от товара услуги?

**2. Выполните задания по вариантам (приложение 1).**

ЗАДАНИЕ 1. Решите задачу 1.

ЗАДАНИЕ 2. Решите задачу 2.

ЗАДАНИЕ 3. Разработайте концепцию мерчендайзинга по заданным направлениям.

ЗАДАНИЕ 4. Разработайте план рекламной деятельности для вашей организации.

**2. Составьте отчет о проделанной работе**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1 к практической работе № 5**

**ВАРИАНТ 1.**

ЗАДАНИЕ 1. Решите задачу 1. Рассчитайте экономический эффект (Эр.) от рекламной кампании по дегустации новой марки коньяка в ресторане, предварительно заполнив необходимые пропуски в таблице, если известно, что торгово-посредническая компания затратила на рекламную презентацию 1 320 000 р. и торговая наценка на коньяк была принята в 30%. Для расчета воспользуйтесь приложением 2.

период	Число дней	Товарооборот. Тыс. Руб.	Среднедневной оборот	Темп роста, %
До проведения рекламы	5	1 305 400	?	-
После проведения рекламы	10	6 673 800	?	?

ЗАДАНИЕ 2. Решите задачу 2. Московский Торговый дом дал рекламное объявление о новом соке в газете, затраты на рекламу составили 25 000 р. Торговая наценка была принята в размере 35%. вычислите эффект от рекламы в газете (Эр), используя данные таблицы.

период	Число дней	Товарооборот. Тыс. Руб.	Среднедневной оборот	Темп роста, %
До проведения рекламы	10	454 935	?	-
После проведения рекламы	20	1 417 578	?	?

ЗАДАНИЕ 3. Разработайте концепцию мерчендайзинга по заданному направлению:  
- визуальный мерчендайзинг, который включает в себя места торговой точки, оформление витрин магазина, дизайн интерьеров помещений, расположение выставленных товаров, упаковку, маркировку товаров, оформление ценников.

ЗАДАНИЕ 4. Разработайте план рекламной деятельности для вашей организации.



## ВАРИАНТ 2.

ЗАДАНИЕ 1. Решите задачу 1. Рассчитайте экономический эффект (Эр.) от рекламной кампании по дегустации новой марки коньяка в ресторане, предварительно заполнив необходимые пропуски в таблице, если известно, что торгово-посредническая компания затратила на рекламную презентацию 1 820 500 р. и торговая наценка на коньяк была принята в 40%. Для расчета воспользуйтесь приложением 2.

период	Число дней	Товарооборот. Тыс. Руб.	Среднедневной оборот	Темп роста, %
До проведения рекламы	5	1 105 400	?	-
После проведения рекламы	15	5 500 800	?	?

ЗАДАНИЕ 2. Решите задачу 2. Московский Торговый дом дал рекламное объявление о новом соке в газете, затраты на рекламу составили 45 000 р. Торговая наценка была принята в размере 35%. вычислите эффект от рекламы в газете (Эр), используя данные таблицы.

период	Число дней	Товарооборот. Тыс. Руб.	Среднедневной оборот	Темп роста, %
До проведения рекламы	10	458 935	?	-
После проведения рекламы	17	1 560 000	?	?

ЗАДАНИЕ 3. Разработайте концепцию мерчендайзинга по заданному направлению:  
- коммуникативный мерчендайзинг, который включает в себя правила общения продавцов с покупателями, стандарт обслуживания, презентации, дегустации.

ЗАДАНИЕ 4. Разработайте план рекламной деятельности для вашей организации.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2 к практической работе № 5

Экономический эффект от рекламной кампании определяется по формуле:

Эр. - экономический эффект от рекламного мероприятия, руб

T – среднедневной оборот в дорекламный период, руб

П – прирост среднедневного товарооборота, %

Д – число дней учета товарооборота в послерекламный период

Н – Торговая наценка на товар, %

И – затраты на рекламу. Руб.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 6

### ПРОВЕДЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

**Цель работы:** закрепить теоретические знания и отработать практические навыки проведения маркетингового исследования рынка.

**Учебный материал:**

Барышев, А.Ф. Маркетинг: Учебник/ А.Ф. Барышев. – М.: Академия, 2009. - 208 с.

**Теория:**

1. Повторить основные понятия маркетингового исследования
2. Система и схема маркетингового исследования

### ХОД ВЫПОЛНЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

**1. Выполните задания.**

ЗАДАНИЕ 1. Проведите конкурентный анализ для вашей организации.

ЗАДАНИЕ 2. выявите ключевые факторы успеха (КФУ) по виду вашего бизнеса.

ЗАДАНИЕ 3. Сформулируйте цели маркетинга для вашей организации.

**2. Составьте отчет о проделанной работе.**

### ПРИЛОЖЕНИЕ 1 к практической работе №6

ЗАДАНИЕ 1. Проведите конкурентный анализ для вашей организации. Для анализа используйте таблицу и пятибалльную систему оценки.

Основные компоненты	Ваша организация	Организация-конкурент № 1	Организация-конкурент № 2
месторасположение			
Помещение организации			
оборудование			
Качество продукции			
Дополнительные услуги			
Безопасность вашей продукции			
Внешний вид упаковки			
Ценовая политика			
Рекламная политика			

<b>Основные компоненты</b>	<b>Ваша организация</b>	<b>Организация-конкурент № 1</b>	<b>Организация-конкурент № 2</b>
Квалифицированный персонал			
Каналы сбыта продукции			
Итого			

ЗАДАНИЕ 2. выявите ключевые факторы успеха (КФУ) по виду вашего бизнеса на основании выше заполненной таблицы.

ЗАДАНИЕ 3. Сформулируйте цели маркетинга для вашей организации.

### **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВЫПОЛНЕННЫХ ЗАДАНИЙ**

<b>Вид работ</b>	<b>Критерии оценки</b>	<b>Баллы</b>
Выполнение задания	Задание выполнено полностью с отличным качеством оформления отчета, рациональным использованием времени, самостоятельным планированием и организацией.	5
	Задание выполнено с незначительными недочетами, хорошее качество оформления отчета, соблюдение отведенного на выполнение задания времени, самостоятельное планирование и выполнение задания при несущественной помощи преподавателя.	4
	Удовлетворительное выполнение задания, помощь преподавателя в планировании и выполнении задания, отдельные ошибки и неточности в формулировках, оформлении отчета, нарушения в организации и планировании работы.	3
	Неудовлетворительное выполнение задания, с грубыми ошибками в отчете и защите работы, без соблюдения, отведенного на выполнение задания времени, неумение самостоятельно организовывать и планировать работу.	2
Выполнение задания с нарушениями сроков сдачи.	Задание выполнено во время консультаций, позже установленного срока оценивается по аналогичным критериям.	3