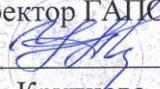


Министерство образования Саратовской области
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Саратовской области
«Базарнокарабулакский техникум агробизнеса»

"Утверждаю":
Директор ГАПОУ СО "БТА"

Н.А. Крупнова
«04» декабря 2016г.

Комплект
контрольно-оценочных средств
для оценки результатов освоения
по профессиональному модулю
ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой
деятельности.
основной профессиональной образовательной программы (ОПОП)
по программе подготовки специалистов среднего звена:
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

2016г.

Комплект оценочных средств предназначен для контроля знаний, умений, освоенных компетенций специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) ПМ.02. **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.**

Разработчики:

Фролова О.И., преподаватель специальных дисциплин ГАПОУ СО «Базарнокарабулакский техникум агробизнеса»

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 02.	
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 ПМ 02.

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	№ № заданий для проверки
<i>ПК 2.1. 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</i>	<i>Формулирование состава бухгалтерской отчетности</i> <i>Изложение порядка проведения инвентаризации</i> <i>Составление инвентаризационных ведомостей</i>	Задание № 1
<i>ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем</i>	<i>Выполнение оформления и обоснование правильности составления организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных документов с использованием автоматизированных систем</i>	Задание № 2
<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>	Задание № 3

<p><i>ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату</i></p>	<p><i>Решение задач по расчету экономических показателей работы организации</i></p>	<p>Задание № 4</p>
<p><i>ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров</i></p>	<p><i>Формирование потребностей, видов спроса и определение соответствующего им типа маркетинга, обеспечивающего цели организации и стимулирование сбыта товаров</i></p>	<p>Задание № 5</p>
<p><i>ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации</i></p>	<p><i>Обоснование целесообразности использования и применения маркетинговых коммуникаций</i></p>	<p>Задание № 6</p>
<p><i>ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений</i></p>	<p><i>Определение и обоснование выбора методов маркетинговых исследований рынка. Демонстрация участия в проведении маркетинговых исследований. Формулирование и реализация маркетинговых решений</i></p>	<p>Задание № 7</p>
<p><i>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации</i></p>	<p><i>Участие в реализации сбытовой политики организации в соответствии с должностными обязанностями. Нахождение и выделение конкурентных преимуществ организации, обоснование конкурентоспособностей товаров.</i></p>	<p>Задание № 8</p>
<p><i>ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты</i></p>	<p><i>Использование приемов и методов АФХД для оценки показателей работы предприятия</i></p> <p><i>Решение задач с использованием приемов и методов АФХД</i></p>	<p>Задание № 9</p>

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 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.</i>	<i>Правильность, логичность аргументировать и ясно излагать устную и письменную речь.</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 регулирующие 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-</i>	<i>Правильность выполнения анализа результатов финансово-хозяйственной</i>	<i>Практическая работа</i>

	<i>хозяйственной деятельности торговых организаций</i>	<i>деятельности торговых организаций</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>	Практическая работа
У 7	<i>выявлять, формировать и удовлетворять потребности</i>	<i>Правильность выполнения заданий по выявлению формированию удовлетворения потребностей.</i>	Практическая работа
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>	Практическая работа
У 9	<i>проводить маркетинговые исследования рынка</i>	<i>Правильность выполнения задания по проведению маркетинговых исследований рынка.</i>	Практическая работа
У 10	<i>оценивать конкурентоспособность товаров</i>	<i>Правильность выполнения заданий при оценке конкурентоспособности товаров.</i>	Практическая работа
Знать:			
З 1	<i>сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения</i>	<i>Демонстрация знаний по сущности, функциям и роли финансов и денег в экономике, а так же денежного обращения.</i>	Тестирование
З 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>	Тестирование
З 3	<i>основные положения налогового законодательства</i>	<i>Демонстрация знаний Налогового кодекса</i>	Тестирование

3 4	<i>функции и классификацию налогов</i>	<i>Демонстрация знаний функций и классификации налогов</i>	Тестирование
3 5	<i>организацию налоговой службы</i>	<i>Демонстрация знаний по организации налоговой службы РФ</i>	Тестирование
3 6	<i>методику расчета основных видов налогов</i>	<i>Демонстрация знаний методики расчета основных видов налогов</i>	Тестирование
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>	Тестирование
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>	Тестирование
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>	Тестирование
3 10	<i>методы изучения рынка, анализа окружающей среды</i>	<i>Демонстрация знаний методов изучения рынка, анализа окружающей среды.</i>	Тестирование

3 11	<i>конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности</i>	<i>Демонстрация знаний конкурентной среды предприятия, видов конкуренции и показатели</i>	Тестирование
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. 02.01 Финансы, налоги и налогообложение.	Экзамен
МДК. 02.02 Анализ финансово – хозяйственной деятельности	Экзамен
МДК. 02.03 Маркетинг	Дифференцированный зачет

Оценка освоения МДК:

Предметом оценки освоения МДК являются умения и знания. Экзамен по МДК проводится с учетом результатов текущего контроля (накопительная система оценивания). Текущий контроль *умений* осуществляется в ходе освоения МДК в форме защиты практических работ. Текущий контроль *знаний* осуществляется в ходе освоения МДК в форме тестирования.

Обучающийся, имеющий по результатам защиты практических работ и тестирования текущие оценки «отлично», освобождается от выполнения заданий на экзамене и получает оценку «отлично».

Обучающийся, имеющий по результатам защиты практических работ и тестирования текущие оценки «хорошо» и «отлично», освобождается от выполнения заданий на экзамене получает оценку «хорошо». Если обучающийся претендует на получение более высокой оценки, он должен выполнить задания на экзамене. Перечень заданий определяется в зависимости от результатов текущего контроля.

Обучающейся, имеющий по результатам защиты практических работ и тестирования текущие оценки «хорошо» и «удовлетворительно», освобождается от выполнения заданий на экзамене и получает оценку «удовлетворительно».

Если обучающийся претендует на получение более высокой оценки, он должен выполнить задания на экзамене. Перечень задания определяется в зависимости от результатов текущего контроля.

Если обучающийся имеет по результатам защиты практических работ и тестирования текущие оценки «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», то на экзамене, для получения итоговой удовлетворительной оценки он должен выполнить задания, оценки за выполнение которых в рамках текущего контроля были ниже необходимы для положительной аттестации по накопительной системе. Перечень заданий определяется в зависимости от результатов текущего контроля.

2.2. Перечень заданий для оценки освоения ПМ 02.

Таблица 4. Перечень заданий по ПМ 02. «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности».

Проверяемые результаты обучения(У и З)	Тип задания	Возможности использования
Умения		
<i>составлять финансовые документы и отчеты</i>	<i>Практическое занятие № 14. Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения. Практическое занятие № 16 Составление аналитического баланса – нетто. Практическое занятие № 17. Анализ структуры имущества предприятия(МДК 02.02)</i>	<i>текущий контроль</i>
<i>осуществлять денежные расчеты</i>	<i>Практическое занятие № 7. Анализ выполнения плана материально-технического обеспечения.(МДК 02.02)</i>	<i>текущий контроль</i>
<i>пользоваться нормативными документами в области налогообложения регулирующими механизм и порядок налогообложения</i>	<i>Самостоятельная работа Изучение Налогового кодекса Российской Федерации</i>	<i>текущий контроль</i>
<i>рассчитывать основные налоги</i>	<i>Практическое занятие № 9«Расчет налога на прибыль предприятий», практическое занятие №11«Расчет НДФЛ с применением стандартных вычетов»</i>	<i>текущий контроль</i>
<i>анализировать результаты финансово-</i>	<i>Практическое занятие № 13. Анализ влияния факторов на прибыль от продаж. Практическое занятие № 15.</i>	<i>текущий контроль</i>

<p>хозяйственной деятельности торговых организаций</p>	<p>Анализ влияния факторов на уровень рентабельности. Практическое занятие № 18. Анализ ликвидности баланса и активов предприятия. Практическое занятие № 19. Анализ финансовой устойчивости предприятия. Практическое занятие № 20. Анализ оборачиваемости оборотных средств (МДК 02.02)</p>	
<p>применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа</p>	<p>Практическое занятие № 1. Применение приема сравнения в решении производственных задач. Практическое занятие № 2. Оценка степени выполнения плана по выпуску продукции Практическое занятие № 3. Оценка ритмичности выпуска продукции Практическое занятие № 4. Оценка динамики показателей объема реализации продукции. Практическое занятие № 5. Анализ состояния и основных средств. Практическое занятие № 6. Анализ эффективности использования основных средств Практическое занятие № 8. Оценка обеспеченности предприятия рабочей силой. Практическое занятие № 9. Анализ влияния изменения численности работников и производительности труда на объем производства Практическое занятие № 10. Анализ использования фонда заработной платы Практическое занятие № 11. Расчет влияния факторов на себестоимость продукции. Практическое занятие № 12. Анализ себестоимости по статьям затрат (МДК 02.02)</p>	<p>текущий контроль</p>
<p>выявлять, формировать и удовлетворять потребности</p>	<p>Практическое занятие № 2 «Определение соотношения спроса и предложения», практическое занятие № 3 «Поведение потребителя и продавца на рынке», практическое занятие № «Анализ торговой окружающей среды».</p>	<p>текущий контроль</p>
<p>обеспечивать распределение через</p>	<p>Практическое занятие № 8 «Оценка преимущества недостатка сбыта</p>	<p>текущий контроль</p>

каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций	товаров», практическое занятие № 9 «Определение выгодных размеров заказов товара», практическое занятие № 10 «Методы личной продажи товаров коммерческим агентам», практическое занятие № 6 «Оценка ценовой стратегии выбранной организации».	
проводить маркетинговые исследования рынка	Практическое занятие № 5 «Определение конкурентной среды фирмы», практическое занятие № 12 «Организация рекламной компании», практическое занятие № 14 «Составление маркетинговой программы»,	текущий контроль
оценивать конкурентоспособность товаров	Практическое занятие № 1 «Позиционирование товаров на рынке», практическое занятие № 13 «Выбор оптимального рынка для нового товара», практическое занятие № 7 «Определение безубыточной цены при вводе на рынок новой продукции».	текущий контроль
Знания:		
составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты	Тестирование	Текущий контроль
средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику	Тестирование	Текущий контроль
методы изучения рынка, анализа окружающей среды	Тестирование	Текущий контроль
конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности	Тестирование	Текущий контроль

<i>этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом</i>	<i>Тестирование</i>	<i>Текущий контроль</i>
---	---------------------	-----------------------------

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. Форма оценочной ведомости.

3.3. Задания, выполняемые в ходе очной части экзамена

Билет № 1.

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 1

Оцениваемые компетенции:

ПК 2.1. 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 2.2. 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.		Отклоне- ние	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 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

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

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 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

Задание 6.

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

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 2.9. 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		На конец отчетного		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			

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 2.1. 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 2.2. 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:

ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

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

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 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

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

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 2.9. 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 задолженность	2 000		1 200			
БАЛАНС	117 000		118 000			

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 № 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 2.1. 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 2.2. 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 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

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

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 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

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

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 2.9. 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 период а	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 2.1. 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:

ПК 2.2. 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 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

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

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 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

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

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 2.9. 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	108000	122000			

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.

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		На конец отчетного		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	7 000		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	6 000	6 000			

обязательства					
Баланс	108000	122000			

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

$$9567,6 + 7185,2 + 15021,6 + 9377,5 + 4808,5 = 45\,960,7 \text{ руб.}$$

Задание № 2

Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет счет-фактуру.

Ответы по строчкам:

- 1) Колбаса Докторская = $120,6 \times 320,00 = 38592$ руб.
- 2) Колбаса Молочная = $3550,7 \times 310,00 = 108717$ руб.
- 3) Мясо птицы охлажденное = $286,1 \times 155,50 = 44488,55$ руб.
- 4) Майонез Провансаль 0,2 = $40 \times 23,50 = 940$ руб.

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

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 до 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 = $125,7 \times 248 = 31173,6$ руб.

2) Молочная = $98,6 \times 223 = 21987,8$ руб.

3) Русская = $42,9 \times 284 = 12183,6$ руб.

4) Сливочная = $49,1 \times 295 = 14484,5$ руб.

5) Телячья = $126,3 \times 320 = 40416$ руб.

б) Общая сумма инвентаризационной ведомости

$$31173,6 + 21987,8 + 12183,6 + 14484,5 + 40416 = 120\,245,5 \text{ руб.}$$

Задание № 2

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

Ответы по строчкам:

1) Крупа гречневая ядрица = $65 \times 38,00 = 2470$ руб.

2) Крупа рис длиннозерный = $80 \times 23,50 = 1880$ руб.

3) Сахарный песок = $245 \times 26,00 = 6370$ руб.

$$\text{Общая сумма: } 2470 + 1880 + 6370 = 10720 \text{ руб.}$$

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		Изменение, тыс. руб.	Темп роста, %
	тыс. руб.	%к итогу	тыс. руб.	%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	7 000	5,98	5 000	4,24	-2 000	71,43

периодов						
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 – 75421,2 руб.

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

$$11\,141 + 8\,364 + 29\,824,2 + 9\,306 + 16\,786 = 75\,421,2 \text{ руб.}$$

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 x 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.
 $316\,825 \text{ т} \times 100\% / 14 \% = 2\,263\,036$ 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 360руб.

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

$$42\,000 + 49\,500 + 135\,960 + 10\,780 + 37\,120 = 275\,360 \text{ руб.}$$

Задание № 2

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

Ответы по строчкам:

- 1) Морковь ст. = $265,5 \times 35,00 = 9\,292,5$ руб.
- 2) Картофель ст. = $680,9 \times 13,50 = 9\,192,15$ руб.
- 3) Капуста св. = $245,2 \times 16,00 = 3\,923,2$ руб.

$$\text{Общая сумма: } 9\,292,5 + 9\,192,15 + 3\,923,2 = 22\,407,85 \text{ руб.}$$

Задание № 3

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

$\Delta \text{ОС} = 42\,700 - 38\,000 = 4\,700$ тыс. руб.

Или в %: $4\,700/38\,000 = 12,37\%$

Коэффициент обновления = $7\,500/42\,700 * 100 = 17,56\%$

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

Материалы текущего контроля

ПМ 02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»
МДК.02.02. «Анализ финансово-хозяйственной деятельности».

Письменные и устные опросы

Письменные и устные опросы проводятся по темам:

1. Научные основы экономического анализа.
2. Информационное обеспечение анализа финансово-хозяйственной деятельности и его виды.
3. Анализ состояния и эффективности использования основных средств.
4. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов.
5. Анализ производства и реализации продукции.
6. Анализ финансовых результатов и показателей рентабельности.
7. Анализ розничного товарооборота.
8. Анализ оптового товарооборота.
9. Анализ издержек обращения в торговле.
10. Анализ финансовых результатов в торговле.
11. Анализ финансовой устойчивости торгового предприятия.

Перечень вопросов:

1. Научные основы экономического анализа.

1. Предмет и объекты экономического анализа.
2. Понятие и цели экономического анализа.
3. Задачи экономического анализа
4. Содержание и роль экономического анализа в условиях рыночной экономики
5. Принципы экономического анализа.
6. Перспективы развития экономического анализа в условиях рыночной экономики.
7. Методика анализа хозяйственной деятельности.
8. Способ сравнения в анализе хозяйственной деятельности и его виды.
9. Использование относительных и средних величин в анализе хозяйственной деятельности.
10. Способы группировки информации и балансовый способ в анализе хозяйственной деятельности
11. Способы измерения влияния факторов в анализе хозяйственной деятельности.

2. Информационное обеспечение анализа финансово-хозяйственной деятельности и его виды.

1. Виды анализа финансово-хозяйственной деятельности.
2. Информационное обеспечение анализа финансово-хозяйственной деятельности.
3. Организация аналитической работы предприятия.

3. Анализ состояния и эффективности использования основных средств.

1. Анализ состава, структуры основных средств на предприятии
2. Анализ движения основных средств на предприятии
3. Анализ состояния использования основных средств
4. Анализ эффективности использования основных средств.

4. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов.

1. Анализ численности трудовых ресурсов на предприятии
2. Анализ состава, структуры трудовых ресурсов на предприятии
3. Анализ движения трудовых ресурсов на предприятии
4. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов и производительности труда.
5. Анализ производительности труда.

5. Анализ производства и реализации продукции.

1. Анализ динамики и выполнения плана производства и реализации продукции .
2. Анализ ассортимента и структуры продукции.
3. Анализ положения товаров на рынках сбыта.
4. Анализ качества и конкурентоспособности продукции.
5. Анализ ритмичности работы предприятия.
6. Анализ факторов изменения объёма выпуска и реализации продукции.

6. Анализ финансовых результатов и показателей рентабельности.

1. Анализ состава и динамики прибыли.
2. Анализ финансовых результатов от деятельности предприятия
3. Анализ системы показателей рентабельности и путей её роста.
4. Определение безубыточного объёма продаж и зоны безопасности предприятия.
5. Методика определения резервов роста прибыли и рентабельности.

7. Анализ розничного товарооборота.

1. Анализ выполнения плана розничного товарооборота.
2. Анализ динамики розничного товарооборота.
3. Анализ обеспеченности использования ресурсов розничного товарооборота .
4. Анализ эффективности использования ресурсов розничного товарооборота.
5. Анализ поступления товаров розничного товарооборота.
6. Анализ товарных запасов розничного товарооборота .
7. Анализ товарооборачиваемости розничного товарооборота.

8. Анализ оптового товарооборота.

1. Анализ выполнения плана оптового товарооборота.
2. Анализ динамики оптового товарооборота.
3. Анализ влияния факторов на выполнение плана оптового товарооборота.

4. Анализ влияния факторов на динамику оптового товарооборота.

9. Анализ издержек обращения в торговле.

1. Анализ издержек обращения по объёму в торговле.
2. Анализ издержек обращения по составу в торговле.
3. Анализ издержек обращения по структуре в торговле.
4. Анализ выполнения плана издержек обращения в торговле
5. Анализ динамики издержек обращения в торговле
6. Анализ отдельных статей издержек обращения в торговле.

10. Анализ финансовых результатов в торговле.

1. Анализ валового дохода в розничной торговле.
2. Анализ прибыли в розничной торговле.
3. Анализ рентабельности в розничной торговле.
4. Анализ финансовых результатов деятельности оптового торгового предприятия.
5. Анализ рентабельности оптового торгового предприятия.

11. Анализ финансовой устойчивости торгового предприятия.

1. Оценка активов и капитала торгового предприятия.
2. Анализ финансовой устойчивости торгового предприятия.
3. Анализ состава оборотных активов торгового предприятия .
4. Анализ структуры оборотных активов торгового предприятия .
5. Анализ динамики оборотных активов торгового предприятия .
6. Анализ эффективности использования оборотных активов торгового предприятия .
7. Анализ состояния расчётов торгового предприятия.
8. Анализ состояния дебиторской задолженности торгового предприятия.
9. Анализ состояния кредиторской задолженности торгового предприятия.
10. Анализ собственного капитала торгового предприятия.
11. Анализ кредитов банка торгового предприятия.

Критерии оценки

Оценка		Характеристика критерия
5	«отлично»	Вопрос раскрыт полностью, логично, указаны примеры товаров.
4	«хорошо»	Вопрос раскрыт полностью, отсутствуют конкретные примеры товаров
3	«удовлетворительно»	Дана краткая характеристика вопроса, упущены существенные характеристики
2	«неудовлетворительно»	Вопрос не раскрыт

Спецификация практических заданий

Практические задания используются для проведения практических работ по темам:

1. Научные основы экономического анализа.
2. Анализ состояния и эффективности использования основных средств.
3. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов.
4. Анализ производства и реализации продукции.
5. Анализ финансовых результатов и показателей рентабельности.
6. Анализ розничного товарооборота.
7. Анализ оптового товарооборота.
8. Анализ издержек обращения в торговле.
9. Анализ финансовых результатов в торговле.
10. Анализ финансовой устойчивости торгового предприятия.

Типы практических заданий:

Расчет и анализ показателей по производственной ситуации

Примеры:

ЗАДАНИЕ : На основе имеющихся данных, проанализировать динамику оптовой реализации товаров в ассортиментном разрезе, сделать вывод.

Анализ динамики оптовой реализации товаров в ассортиментном разрезе торгового предприятия.

Товарная группа	Прошлый год		Отчётный год		Изм, млн. руб	Измен %	Отч год к прош %
	Млн. руб	Уд. Вес %	Млн. руб	Уд. Вес %			
Изделие А	10421		13266				
Изделие Б	4947		6275				
Изделие В	1826		2312				
Изделие Г	764		1002				
Изделие Д	186		240				
Изделие Ж	496		764				
Всего							

Критерии оценивания: оценка «зачтено ставится» с условием полного расчета показателей и наличия аналитических выводов по расчетным показателям.

ЗАДАНИЕ: Провести анализ оборачиваемости товаров. В процессе анализа необходимо

1) На основе данных таблицы определить товарооборот в днях по плану и фактически, показатели отклонений в днях, за квартал;

план		факт	
товарооборот	Средний запас товаров	товарооборот	Средний запас товаров
3600	640	3645	567

2) определить влияние факторов на отклонение оборачиваемости в днях, изменения объёма товарооборота и объёма среднего товарного запаса, результаты расчётов поместите в таблицу следующей формы:

показатель	План. оборачиваемость в днях	Факт. оборачиваемость в днях	Откл (+,-)	В том числе за счёт	
				Объёма товарооборота	Объёма средних товарных запасов
оборачиваемость в днях					

3) сделать вывод.

Критерии оценивания: оценка «зачтено» ставится при полном выполнении задания и наличия вывода и заключения.

Материалы промежуточного контроля по

ПМ «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»

МДК.02.02. «Анализ финансово-хозяйственной деятельности».

Перечень теоретических вопросов для экзамена.

1. Научные основы экономического анализа.

1. Предмет и объекты экономического анализа.

2. Понятие и цели экономического анализа.

3. Задачи экономического анализа

4. Содержание и роль экономического анализа в условиях рыночной экономики

5. Принципы экономического анализа.
6. Перспективы развития экономического анализа в условиях рыночной экономики.
7. Методика анализа хозяйственной деятельности.
8. Способ сравнения в анализе хозяйственной деятельности и его виды.
9. Использование относительных и средних величин в анализе хозяйственной деятельности.
10. Способы группировки информации и балансовый способ в анализе хозяйственной деятельности
11. Способы измерения влияния факторов в анализе хозяйственной деятельности.

2. Информационное обеспечение анализа финансово-хозяйственной деятельности и его виды.

1. Виды анализа финансово-хозяйственной деятельности.
2. Информационное обеспечение анализа финансово-хозяйственной деятельности.
3. Организация аналитической работы предприятия.

3. Анализ состояния и эффективности использования основных средств.

1. Анализ состава, структуры основных средств на предприятии
2. Анализ движения основных средств на предприятии
3. Анализ состояния использования основных средств
4. Анализ эффективности использования основных средств.

4. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов.

1. Анализ численности трудовых ресурсов на предприятии
2. Анализ состава, структуры трудовых ресурсов на предприятии
3. Анализ движения трудовых ресурсов на предприятии
4. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов и производительности труда.
5. Анализ производительности труда.

5. Анализ производства и реализации продукции.

1. Анализ производства продукции .
2. Анализ реализации продукции.

6. Анализ финансовых результатов и показателей рентабельности.

1. Анализ финансовых результатов от деятельности предприятия
2. Анализ системы показателей рентабельности и путей её роста.

7. Анализ розничного товарооборота.

1. Анализ выполнения плана розничного товарооборота.
2. Анализ динамики розничного товарооборота.
3. Анализ обеспеченности использования ресурсов розничного товарооборота .
4. Анализ эффективности использования ресурсов розничного товарооборота.
5. Анализ поступления товаров розничного товарооборота.
6. Анализ товарных запасов розничного товарооборота .
7. Анализ товарооборачиваемости розничного товарооборота.

8. Анализ оптового товарооборота.

1. Анализ выполнения плана оптового товарооборота.
2. Анализ динамики оптового товарооборота.
3. Анализ влияния факторов на выполнение плана оптового товарооборота.
4. Анализ влияния факторов на динамику оптового товарооборота.

9. Анализ издержек обращения в торговле.

1. Анализ издержек обращения по объёму в торговле.
2. Анализ издержек обращения по составу в торговле.
3. Анализ издержек обращения по структуре в торговле.
4. Анализ выполнения плана издержек обращения в торговле
5. Анализ динамики издержек обращения в торговле
6. Анализ отдельных статей издержек обращения в торговле.

10. Анализ финансовых результатов в торговле.

1. Анализ валового дохода в розничной торговле.
2. Анализ прибыли в розничной торговле.
3. Анализ рентабельности в розничной торговле.
4. Анализ финансовых результатов деятельности оптового торгового предприятия.

5. Анализ рентабельности оптового торгового предприятия.

11. Анализ финансовой устойчивости торгового предприятия.

1. Оценка активов и капитала торгового предприятия.
2. Анализ финансовой устойчивости торгового предприятия.
3. Анализ состава оборотных активов торгового предприятия .
4. Анализ структуры оборотных активов торгового предприятия .
5. Анализ динамики оборотных активов торгового предприятия .
6. Анализ эффективности использования оборотных активов торгового предприятия .
7. Анализ состояния расчётов торгового предприятия.
8. Анализ состояния дебиторской задолженности торгового предприятия.
9. Анализ состояния кредиторской задолженности торгового предприятия.
10. Анализ собственного капитала торгового предприятия.
11. Анализ кредитов банка торгового предприятия.

Типы производственных задач и ситуаций для экзамена:

1. Сделайте вывод об оснащённости и эффективности использования основных средств предприятия.

Показатели	прошлый год	отчётный год
1. Фондовооружённость, тыс. руб.	300	350
2. Фондоотдача, руб.	0,2	0,1
3. Фондоёмкость, руб.	5	10

2. На основании годового отчёта рассчитать на начало и конец года коэффициенты финансовой устойчивости предприятия:

- коэффициент автономии;
- коэффициент соотношения заёмных и собственных средств.

Сделайте вывод.

3. Рассчитать и проанализировать влияние факторов на изменение выручки от реализации продукции.

Показатели	Прошлый год	Отчётный год
1. Количество реализованной продукции, ц.	10000	10100
2. Цена реализации, руб.	400	450

4. Рассчитать товарооборачиваемость за 1 квартал торгового предприятия, если товарные запасы на 01.01. -840 тыс. руб., на 01.02. – 580 тыс. руб., на 01.03. – 400 тыс. руб., на 01.04. – 660 тыс. руб. Товароборот за 1 квартал составил 25 млн. руб. Назвать и охарактеризовать факторы, влияющие на оборачиваемость и величину товарных запасов.

5. В структуре издержек обращения торгового предприятия наибольший удельный вес занимают транспортные расходы. Объясните от чего зависит их размер и каким образом возможно их снизить?

Критерии оценки экзамена .

Оценка		Характеристика критерия
5	«отлично»	Вопрос раскрыт полностью, логично, производственная задача или ситуация решена с пояснением.
4	«хорошо»	Вопрос раскрыт полностью, производственная задача или ситуация решена без пояснений
3	«удовлетворительно»	Дана краткая характеристика вопроса, упущены существенные моменты, задача (ситуация) не решена или решена неполностью.
2	«неудовлетворительно»	Вопросы не раскрыты

**Оценочная ведомость по профессиональному модулю
ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой
деятельности.**

обучающаяся на 3 курсе по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по
отраслям) базовой подготовки, освоила программу профессионального
модуля в объеме 431 часов с «___» ___ 201__ по «___» 201__ г.
Результаты промежуточной аттестации по элементам профессионального
Модуля

Элементы модуля	Формы промежуточной аттестации	Оценка
МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение	ЭКЗАМЕН	
МДК.02.02. Анализ финансово- хозяйственной деятельности	ЭКЗАМЕН	
МДК.02.03. Маркетинг	Дифференцированный зачет	
УП	зачет	
ПП	зачет	
ПМ	(квалификационный Экзамен)	

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Оценка (да/нет)
<i>ПК 2.1. 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</i>	Оформленный товаросопроводительный документ с использованием ПК;	<i>Соответствие оформленного документа с использованием ПК унифицированным и установленным на предприятиях формам;</i>	Да / Нет
	- Заключение о правильности заполнения документа	<i>-Обоснованность заключения о правильности составления товаросопроводительных документов;</i>	Да / Нет

	Расчет цены на выпускаемую продукцию предприятия	<i>Верно составленный расчет</i>	Да / Нет
	-Заключение о правильности расчета и установления цены на выпускаемую продукцию	<i>-Обосновать заключение о правильности расчета и установления цены на продукцию;</i>	Да / Нет
<i>ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем</i>			Да / Нет
<i>ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынка ресурсов</i>			Да / Нет
<i>ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату</i>			Да / Нет
<i>ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и</i>			Да / Нет

<i>стимулировать сбыт товаров</i>			
<i>ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации</i>			Да / Нет
<i>ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений</i>			Да / Нет
<i>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации</i>			Да / Нет
<i>ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты</i>			Да / Нет