

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Чукотского автономного округа «Чукотский многопрофильный колледж»
(ГАПОУ ЧАО «ЧМК»)

УТВЕРЖДАЮ:

Директор
ГАПОУ ЧАО
«ЧМК»:

О.Н. Гришин

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине

ОП.05 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

43.02.15 Поварское и кондитерское дело

Анадырь
2022

ГАПОУ ЧАО «ЧМК»	УПРАВЛЕНИЕ ДОКУМЕНТАЦИЕЙ	СТО СМК 4.2.01 - 2022
--------------------	--------------------------	-----------------------

Организация-разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Чукотского автономного округа «Чукотский многопрофильный колледж» (далее ГАПОУ ЧАО «ЧМК»)

Разработчик:

Шарова В. Г., преподаватель ГАПОУ ЧАО «ЧМК»

Рекомендована Методическим советом ГАПОУ ЧАО «ЧМК»

Протокол № 04 от «14» декабря 2021 г.

Утверждена Приказом № 01-10/28 от 31.01.2022 г. «Об утверждении образовательных программ»

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ

1. Вопросы и задания для текущего контроля

Экономика

Раздел 1. Экономические основы функционирования организации (предприятия)

Тема 1.1. История развития экономики

1. История развития экономики

Тема 1.2. Экономическое производство

2. Экономическое производство

Тема 1.3. Характеристика экономических систем

3. Характеристика экономических систем

Тема 1.4. Бизнес и предпринимательство

4. Бизнес и предпринимательство.
5. Организационно-правовые формы предприятий в России

Раздел 2. Организация производства

Тема 2.1. Структура организации

6. Производственная и организационная структура предприятия

Тема 2.2. Инфраструктура организации

7. Инфраструктура предприятия

Раздел 3. Экономические ресурсы организации (предприятия)

Тема 3.1. Основные средства

8. Понятие основных фондов, его сущность и значение
9. Показатели эффективности использования основных фондов

Тема 3.2.оборотные средства

10. оборотные средства Понятие, состав, структура
11. Показатели эффективности использования оборотных средств

Тема 3.3. Собственность

12. Собственность

Тема 3.4. Конкуренция и монополия

13. Конкуренция и монополия

Тема 3.5. Рыночная система

14. Рыночная система

Тема 3.6. Спрос и предложение

15. Спрос и предложение

Тема 3.7. Понятие и функции денег

16. Понятие и функции денег

Тема 3.8. Инфляция

17. Инфляция

Тема 3.9. Состав и структура кадров организации

18. Состав и структура кадров организации

Тема 3.10. Производительность труда

19. Производительность труда

Менеджмент

Раздел 1. Сущность и характерные черты современного менеджмента

Тема 1.1. Понятие менеджмента, его задачи и роль в развитии современной организации

20. Понятие менеджмента. Менеджмент как наука и искусство. Цели менеджмента.

21. Задачи менеджмента. Роль менеджмента в развитии современного производства.

22. Основные подходы к менеджменту. Подход на основе школ: школа научного управления, школа административного управления, школа поведенческих наук, школа количественных методов.

23. Процессный подход. Ситуационный подход. Системный подход.

Раздел 2. Организация. Признаки, структура, законы организации

Тема 2.1. Внешняя и внутренняя среда организации

24. Организация как объект менеджмента. Признаки организации. Законы организации. Понятие «окружающая среда организации».

25. Факторы внешней среды, их состав и влияние на деятельность организации. Факторы внутренней среды, их состав и влияние на деятельность организации.

Тема 2.2. Организационная структура

26. Понятие и типы организационных структур. Механистические и органические структуры, их особенности.

Раздел 3. Функции менеджмента

Тема 3.1 Цикл менеджмента

27. Понятие цикл менеджмента. Понятие функция менеджмента.

28. Характеристика функций менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль.

29. Характеристика основных принципов и методов управления.

Взаимосвязь функций управленческого цикла.

Раздел 4. Процесс принятия решений

Тема 4.1 Управленческие решения

30. Управленческое решение: понятие, черты, виды. Процесс и методы принятия решений. Стадии принятия управленческого решения.

Раздел 5. Коммуникации в менеджменте

Тема 5.1. Информация и коммуникация в менеджменте

31. Информация и коммуникации в менеджменте. Понятие, функции и значение коммуникаций в управлении.

32. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Виды коммуникаций.

33. Значение организационных коммуникаций в функционировании организации, формы и методы организационных коммуникаций.

Раздел 6. Деловое общение в менеджменте

Тема 6.1. Организация делового общения

34. Правила проведения деловых совещаний.

35. Правила ведения переговоров, организация переговоров. Правило общения по телефону. Структура деловой беседы. Этика и управленческие решения

Раздел 7. Руководство: власть и партнерство

Тема 7.1. Основы власти и влияния. Лидерство

36. Власть и каналы власти в организации.

37. Понятие лидерства, менеджер и лидер: сходство и различие. Модель эффективного менеджера.

Раздел 8. Основы карьерного успеха менеджера

Тема 8.1. Типология карьеристов и карьеристок

38. Виды карьерных стратегий. Этапы профессиональной деятельности. Начальный этап работы и карьерный рост

Раздел 9. Технологические основы менеджмента персонала

Тема 9.1. Понятие и работа с персоналом

39. Планирование, привлечение и отбор персонала.

40. Адаптация персонала: определение и основные виды

41. Обучение сотрудников и оценка его эффективности. Оценка и аттестация персонала

Раздел 10. Конфликтность в менеджменте

Тема 10.1. Сущность конфликта в менеджменте

42. Понятие конфликта, структура и типология конфликта.

43. Причины конфликтов, методы и стратегии управления конфликтной ситуацией

Раздел 11. Антикризисное управление

Тема 11.1. Специфика антикризисного управления. Сущность эффективности менеджмента

44. Краткая теория кризисов и изменений антикризисного управления.
Технология антикризисного управления

45. Сущность эффективности менеджмента. Подходы к оценке эффективности управления.

Маркетинг

Раздел 1 Понятие, сущность, содержание и инструментарий маркетинга.

Тема 1.1. Понятие и теория маркетинга.

46. История возникновения и основные этапы развития маркетинга.
Понятие о маркетинге

Тема 1.2. Основные концепции рыночных отношений

47. Основные концепции рыночных отношений. Маркетинговая деятельность организаций

Раздел 2. Составные элементы маркетинговой деятельности

Тема 2.1. Принципы и цели маркетинга.

48. Цели и задачи маркетинга. Количественные цели маркетинга

Тема 2.2. Функции и виды маркетинга.

49. Аналитическая функция.

50. Управленческая функция.

51. Производственная функция. Распределительно-сбытовая функция.

Раздел 3. Понятие рынка и его роль в хозяйственном механизме общества

Тема 3.1.Элементы рынка.

52. Составные элементы рынка и их взаимосвязи.

53. Сегментирование рынка. Методы изучения рынка.

Раздел 4. Объекты и субъекты

Тема 4.1. Классификация потребностей.

54. Классификация по объекту. По субъекту.

55. Классификация по уровню абстрактности, по отношению к производству, по актуальности.

Раздел 5. Ценовая и сбытовая политика.

Тема 5. 1. Основные понятия сбытовой политики.

56. Цели, задачи и направления формирования цен.

57. Цели, задачи, основные направления сбытовой политики.

58. Определение товарного ассортимента и номенклатуры.

59. Характеристика товарной марки, оценка товара.

60. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товара. Процесс ценообразования. Политика ценообразования.

Раздел 6. Реклама в маркетинге.

Тема 6.1. Цели и виды рекламной деятельности.

61. Цели и виды рекламной деятельности. Направления рекламной деятельности.

62. Внутрифирменная реклама. Наружная реклама. Печатная реклама.

Раздел 7. Стратегия и планирование маркетинга.

Тема 7.1. Основные этапы процесса стратегического планирования

63. Краткая характеристика основных этапов. Стратегические цели роста фирмы. Стратегические ориентиры.

2. Вопросы и задания для итогового контроля

Теоретические вопросы

1. Цели менеджмента. Задачи менеджмента. Роль менеджмента в развитии современного производства.

2. Экономические потребности общества. Свободные и экономические блага общества. Ограниченность экономических ресурсов.

3. Характеристика экономических систем и их типов.

4. Рынок. Спрос и предложение.

5. Законы спроса и предложений. Рыночное равновесие.

6. Основные функции и организационные структуры управления.

7. Организация как объект менеджмента. Роль организации в современном обществе. Признаки организации.

8. Понятие собственности. Собственность как основа социально-экономических отношений. Организационно-правовые формы предприятий.

9. Внутренняя и внешняя среда организации (фирмы) и их взаимосвязь. Мировой рынок и его развитие.

10. Факторы внешней среды, их состав и влияние на деятельность организации.

11. Факторы внутренней среды, их состав и влияние на деятельность организации.

12. Понятие и классификация функций управления. Организационные структуры управления.

13. Характеристика функций менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль.

14. Менеджмент как совокупность взаимодействия субъектов и объектов управления для достижения целей управления. Понятие и классификация функций управления.

15. Управленческое решение: понятие, черты, виды. Процесс и методы принятия решений. Стадии принятия управленческого решения.

16. Информация и коммуникации в менеджменте. Понятие, функции и значение коммуникаций в управлении. Элементы и этапы коммуникационного процесса.

17. Виды коммуникаций. Значение организационных коммуникаций в функционировании организации, формы и методы организационных коммуникаций.

18. Организационные структуры управления.

19. Структура бизнеса как системы.

20. Прибыль предприятия, понятие, состав и структура.

21. Издержки производства и сбыта продукции (полная себестоимость). Понятие, состав и структура.

22. Хозяйственные средства (имущество предприятия). Экономическое содержание и структура.

23. Основные средства предприятия, понятие, состав и структура.

24.оборотные средства предприятия, понятие, состав и структура.

25. Источники формирования хозяйственных средств. Основные экономические показатели деятельности предприятия.

26. Маркетинговый подход к предпринимательской деятельности. Определение маркетинга. Процесс управления маркетингом.

27. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации

28. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.

29. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование товара.

30. Товары. Товарные марки. Упаковка. Услуги.

31. Стратегия разработки новых товаров.

32. Организационная подготовка производства.

33. Структура цикла создания и освоения новых товаров. Жизненный

цикл товара.

34. Производственный процесс и типы производств.

35. Организация технического, материального и трудового обеспечения производства.

36. Заработная плата и основные принципы ее организации.

37. Формы и системы заработной платы. Планирование заработной платы на предприятии.

38. Состав и структура кадров организации.

39. Установление цен на товары. Учет типа рынка при установлении цены

40. Методика установления цен. Подходы к проблеме ценообразования.

41. Методы распределения товаров.

42. Методы стимулирования сбыта товаров. Этапы разработки эффективного стимулирования (коммуникации).

43. Реклама. Ее значение.

44. Процесс управления.

45. Содержание процесса управления. Место решения в процессе управления.

46. Структура и процесс принятия решения. Распределение полномочий на принятие решений. Риск при принятии решений.

47. Управление персоналом. Основные методы управления.

48. Стили руководства.

49. Экономические, организационно-распорядительные и социально-психологические методы управления персоналом.

50. Мотивация исполнителя.

51. Процесс формирования управленческих кадров.

52. Содержание работы руководителя. Стилль управления. Эффективность стилия управления.

53. Основные заповеди делового человека (отечественный и зарубежный опыт).

54. Управление конфликтами.

55. Понятие и виды контроля. Процесс контроля и выбор варианта форм контроля.

56. Контроль и измерение результатов коммерческой деятельности. Действия руководителя при контроле.

57. Организация управления предприятием. Типовые организационные структуры управления предприятием.

58. Система прогнозирования и планирования деятельности предприятия. Место планирования и прогнозирования в менеджменте.

59. Техника и виды планирования. Система прогнозов и планов предприятия.

60. Комплексный подход к разработке производственной программы предприятия.

61. Методы управления фирмой в условиях нестабильного рынка.

62. Понятие качества изделия, основные показатели качества.

Обеспечение качества изделий на различных стадиях их жизненного цикла.

63. Выбор целевых сегментов рынка и позиционирование товара на рынке.

64. Классификация потребностей по объекту и по субъекту.

Классификация по уровню абстрактности, по отношению к производству, по актуальности.

65. Цели, задачи и направления формирования цен. Цели, задачи, основные направления сбытовой политики.

66. Определение товарного ассортимента и номенклатуры.

Характеристика товарной марки, оценка товара.

67. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товара. Процесс ценообразования. Политика ценообразования.

68. Цели и виды рекламной деятельности. Направления рекламной деятельности.

69. Внутрифирменная реклама. Наружная реклама. Печатная реклама.

70. Правила проведения деловых совещаний. Правила ведения переговоров, организация переговоров. Правило общения по телефону.

Практические задания

Задание 1. Среднесписочная численность работников предприятия за год составила 1 000 чел. По трудовому договору в этом году на предприятие зачислено 200 чел. Рассчитать коэффициент оборота по приему.

Среднесписочная численность работников предприятия за год составила 1 000 чел. В течение года уволилось по собственному желанию 75 чел., поступило в учебные заведения 15 чел., ушло на пенсию 25 чел. Рассчитать коэффициент оборота по выбытию.

На предприятие по трудовому договору в этом году зачислено 200 чел. В течение года уволилось по собственному желанию 75 чел., поступило в учебные

заведения 15 чел., ушло на пенсию 25 чел. Рассчитать коэффициент восполнения численности работников.

Среднесписочная численность работников предприятия за год составила 1 000 чел. В течение года уволилось по собственному желанию 75 чел., поступило в учебные заведения 15 чел., ушло на пенсию 25 чел. По трудовому договору в этом году на предприятие зачислено 200 чел.

Рассчитать коэффициент стабильности кадров.

Задание 2. Рассчитать производительность труда и индекс производительности труда. Проанализируйте влияние производительности труда на объем реализации.

Объем реализации, руб. 2007 г. - 1 800 000;

2008г. - 2 400 000.

Численность фарм. работников 2007г. - 25;

2008г. - 20.

Задание 3. Директор аптеки уходит в отпуск с 01 июля на 28 календарных дней. Расчетный период (12 месяцев, предшествующих уходу в отпуск) отработан полностью. Заработная плата за предшествующие отпуску 12 месяцев составила: июль – 30000 руб., август – 29800 руб., сентябрь – 28000 руб., октябрь – 31500 руб., ноябрь – 31800 руб., декабрь – 31500 руб., январь – 32800 руб., февраль – 33000 руб., март – 32000 руб., апрель – 32400 руб., май – 32400 руб., июнь – 32600 руб.

Рассчитать сумму оплаты ежегодного отпуска.

Задание 4. Предприятие производит два вида продукции: А и Б. Объем производства продукции А равен объему реализации и составляет 4 тысячи единиц изделий. Известно, что цена на продукцию А равна 1350 руб. за единицу. Совокупные затраты на производство и реализацию продукции вида Б равны 4500 тыс. руб., а прибыль от ее реализации 1500 тыс. руб. Определить выручку предприятия от продаж продукции А и Б.

Объем производства продукции предприятия равен объему реализации и составляет 2 тысячи единиц изделий. Общие постоянные издержки равны 3000 тыс. руб., а общие переменные – 2900 тыс. руб. Соответственно, их сумма образует совокупные издержки величиной 5900 тыс. руб.

Рассчитать удельные расходы предприятия для каждого вида издержек.

Задание 5. Оцените свои способности как руководителя, дав ответы «верно» и «неверно» на следующие утверждения. Прокомментировать каждую ситуацию и свой ответ.

1. Всегда соблюдайте дистанцию, как с посетителями, так и с сотрудниками. Работа в аптеке – это не вечеринка.

2. У любой программы есть только одно решение. Если Вы его не знаете, посоветуйтесь с руководством. Другие варианты наверняка будут ошибочными.

3. Установить строгие нормы общения с коллективом. Старайтесь по мере возможности общаться через секретаря. Сотрудники должны понимать, что в своем кабинете вы работаете, а от вашей работы зависит процветание аптеки. Поэтому беспокоить вас по любому поводу просто не целесообразно.

4. Приняв решение, следует его отстаивать и ни в коем случае не сворачивать в сторону. Гибкость и маневры могут подорвать ваш авторитет.

5. Об организации нельзя судить только по результатам ее работы. Необходимо принимать во внимание качества сотрудников и сам процесс выполнения. Даже если результат отрицательный и аптека несет убытки, возможно, этот опыт был полезен для персонала.

6. Сотрудники должны помнить, что на работе не должно быть ничего личного. Личностями они станут, когда покинут рабочее место и вернуться в семью и к друзьям. Вы не психолог, а бизнесмен. Если вы будете подбирать индивидуальные ключики к людям, вы потеряете время. Ищите универсальную отмычку и ведите себя одинаково и ровно со всеми.

7. Особое внимание следует уделять только самым выгодным клиентам. Не тратьте время на пустяковые разговоры и пресекайте их.

Задание 6. Оценить свои способности как руководителя, дав ответы «верно» и «неверно» на следующие утверждения. Прокомментируйте каждую ситуацию и свой ответ.

1. Если все время поощрять за хорошую работу, сотрудники зазнаются. Нельзя их хвалить во время выполнения трудного задания, иначе они могут успокоиться и, почивая на лаврах, так и не закончить начатое.

2. Всегда соблюдайте дистанцию, как с посетителями, так и с сотрудниками. Работа в аптеке – это не вечеринка.

3. Не тратьте свои силы и время на постоянный контроль. Объясните всем задания и предупредите о мерах наказания в случае их невыполнения.

4. Вникайте во все мелочи и лично занимайтесь выполнением проекта. Станьте лучшим специалистом в каждом деле, которым вы руководите. Умейте заменить любого работника в аптеке, если он не вышел по болезни.

5. Храните в секрете свои перспективные планы. Это коммерческая тайна фирмы. Пока вы являетесь единственным хранителем корпоративной тайны о

будущем, вы можете не бояться за свое место.

6. Установите строгие нормы общения с коллективом. Старайтесь по мере возможности общаться через секретаря. Сотрудники должны понимать, что в своем кабинете вы работаете, а от вашей работы зависит процветание аптеки. Поэтому беспокоить вас по любому поводу просто не целесообразно.

7. Не забывайте о том, что коллектив должен чувствовать вашу заботу о нем. Но это должно быть не разговоры, а вполне конкретные дела. Занимайтесь личными проблемами каждого сотрудника.

Задание 7. На предприятие по трудовому договору в этом году зачислено 200 чел. В течение года уволилось по собственному желанию 75 чел., поступило в учебные заведения 15 чел., ушло на пенсию 25 чел. Рассчитать коэффициент восполнения численности работников.

Среднесписочная численность работников предприятия за год составила 1 000 чел. В течение года уволилось по собственному желанию 75 чел., поступило в учебные заведения 15 чел., ушло на пенсию 25 чел. По трудовому договору в этом году на предприятие зачислено 200 чел. Рассчитать коэффициент стабильности кадров.

Среднесписочная численность работников предприятия за год составила 1 000 чел. В течение года уволилось по собственному желанию 75 чел., призваны на службу в Вооруженные силы 10 чел., ушло на пенсию 25 чел. Рассчитать коэффициент текучести кадров.

Задание 8. Вы - менеджер по маркетингу на фирме, выпускающей бытовую технику. Фирма с помощью дорогостоящих исследований попыталась усовершенствовать один из выпускаемых товаров, а именно - пылесос. Пылесос по-прежнему не ионизирует воздух, хотя именно к этому результату пытались прийти в результате исследований. Поэтому новый тип пылесоса не стал по-настоящему усовершенствованной новинкой. Вы знаете, что появление надписи «Усовершенствованная новинка» на упаковке и в рекламе средств массовой информации повысит значительно сбыт такого товара.

Какое решение вы примете? Сделаете такую надпись или нет? Почему?

Задание 9. Выпуск продукции предприятия составляет 150 единиц в месяц. Установленный на предприятии норматив затрат заработной платы на 100 руб. продукции (без выплат из фонда материального поощрения) равен 25 руб. Рассчитать нормативный фонд оплаты труда, если цена единицы продукции, выпускаемой предприятием, равна 200 руб.

Фонд оплаты труда в текущем году составляет 750 тыс. руб. На будущий

год предприятием установлен норматив прироста фонда оплаты труда в размере 10 % за 5 %-ный прирост объема продукции. Рассчитать плановый фонд оплаты труда на данном предприятии за год.

Задание 10. Плановый выпуск предприятия составляет 1 300 тыс. руб. за год, а плановая норма выработки одного рабочего – 25 тыс. руб. за год. Коэффициент выполнения норм времени равен 1. Рассчитать численность рабочих по нормам выработки.

Номинальный фонд рабочего времени T_n составляет 2008 час/год для одного рабочего, плановый эффективный фонд рабочего времени $T_{эф}$ равен 1639 час/год. Рассчитать коэффициент перевода явочной численности рабочих в списочную.

Задание 11. Персонал предприятия общей численностью 100 чел. разделен на две категории. Работники одной категории имеют восьмичасовую продолжительность рабочего дня, а 20 работников другой категории – семичасовой рабочий день. Плановый (эффективный) фонд рабочего времени – 219 дней, из которых 8 – предпраздничные. Определить среднюю установленную продолжительность рабочего дня по предприятию.

Среднесписочная численность рабочих некоторого предприятия в мае составила 280 чел. Средняя установленная продолжительность рабочего дня – 8 часов. Рассчитать табельный (номинальный) фонд рабочего времени.

Задание 12. Персонал предприятия общей численностью 200 чел. разделен на две категории. Работники одной категории имеют восьмичасовую продолжительность рабочего дня, а 105 работников другой категории – семичасовой рабочий день. Плановый (эффективный) фонд рабочего времени – 219 дней, из которых 7 – предпраздничные. Определить среднюю установленную продолжительность рабочего дня по предприятию.

Среднесписочная численность рабочих некоторого предприятия в мае составила 180 чел. Средняя установленная продолжительность рабочего дня – 8 часов. Рассчитать табельный (номинальный) фонд рабочего времени.

Задание 13. Вы - главный менеджер на крупной фирме по производству всемирно известных сигарет. У фирмы имеются многочисленные фабрики по всему миру. Она достигла большого объема продаж. Появилась возможность открыть еще фабрику в одной из стран СНГ, и от вас зависит решение - подписать новый контракт или нет. С одной стороны, строительство данной фабрики обеспечит новыми рабочими местами этот регион, тем самым решится актуальная для этого региона проблема безработицы; с другой - это принесет

большой доход вашей фирме. Однако вы, занимаясь производством и продажей крупных партий сигарет, до сих пор не были убеждены в том, что курение вызывает рак. Недавно вам в руки попал отчет об исследовании, в котором была установлена прямая связь между курением и онкологическими заболеваниями.

Каково будет ваше решение? Подпишите вы новый контракт или нет? Почему?

Задание 14. Себестоимость выпуска товара равна 18000 руб. за единицу, планируемая производителем рентабельность – 15 % к затратам. Определить оптовую цену изготовителя на товар.

Предприятием-изготовителем установлена оптовая цена в размере 8700 руб. за единицу продукции. Ставка акциза равна 20 %, ставка налога на добавленную стоимость – 20 % определить оптовую отпускную цену товара.

Оптовая отпускная цена составила 10000 руб., издержки обращения посредника равны 700 руб. на единицу товара, планируемая посредником рентабельность составляет 50 %, налог на добавленную стоимость для посредника – 20 %. определить оптовую цену закупки.

Оптовая цена закупки составляет 11257,5 руб. за единицу товара, а планируемая магазином торговая надбавка – 35 %. Определить розничную цену товара.

Задание 15. Себестоимость выпуска товара равна 23000 руб. за единицу, планируемая производителем рентабельность – 18 % к затратам. Определить оптовую цену изготовителя на товар.

Предприятием-изготовителем установлена оптовая цена в размере 28700 руб. за единицу продукции. Ставка акциза равна 20 %, ставка налога на добавленную стоимость – 20 % определить оптовую отпускную цену товара.

Оптовая отпускная цена составила 32000 руб., издержки обращения посредника равны 23000 руб. на единицу товара, планируемая посредником рентабельность составляет 30 %, налог на добавленную стоимость для посредника – 20 %. определить оптовую цену закупки.

Оптовая цена закупки составляет 37050 руб. за единицу товара, а планируемая магазином торговая надбавка – 25 %. Определить розничную цену товара.

Задание 16. Предприятие производит и реализует продукцию одного вида в количестве 500 шт. Цена реализации изделия – 130 руб. Маркетинговые исследования показали, что можно увеличить объем реализации на 10 % – до 550 шт. изделий при незначительном снижении цены. Поскольку

производственные мощности позволяют увеличить объем выпуска. Определить выручку предприятия при снижении цены – на 5 руб. и на 10 руб.

Задание 17. Предприятие производит и реализует продукцию одного вида в количестве 500 шт. Цена реализации изделия – 130 руб., полная себестоимость – 65 руб. (удельный вес постоянных затрат – 30 %). Маркетинговые исследования показали, что можно увеличить объем реализации на 10 % – до 550 шт. изделий при незначительном снижении цены. Поскольку производственные мощности позволяют увеличить объем выпуска. Определить, насколько экономически выгодно фирме снизить цену – на 5 руб. или на 10 руб. ?

Задание 18. Менеджер должен уметь нравиться людям, вызывать у них положительные эмоции. Проанализируйте следующие предложения:

1. Выработывайте у себя положительное отношение к своим ближним.
2. Относитесь к окружающим с интересом.
3. Внимательно слушайте собеседника.
4. Пытайтесь поставить себя на место другого.
5. Всегда будьте готовы оказать другому помощь.
6. Признавайте достижения и сильные стороны других людей, выражая это, например, комплиментами.
7. Чаще называйте в разговоре своего собеседника по имени.
8. Ведите себя вежливо и корректно по отношению к окружающим.
9. Будьте в общении непринужденны и естественны.
10. По возможности настраивайтесь на радостный и оптимистический лад.
11. Будьте энергичны и уверены.
12. Выражайте свои мысли точно и внятно.
13. В беседе с окружающими чаще употребляйте местоимения «ты» и «вы», а не «я» и «мы».
14. Критические замечания высказывайте сдержанно и доброжелательно.
15. Постоянно повышайте свой образовательный уровень.

Вопросы

1. Что из предложенного вы уже применяете и что намерены использовать в ближайшее время?
2. Какие еще соображения в формировании личного «имиджа» представляются вам важными?

Задание 19. Несмотря на большой потенциал российского рынка, иностранные предприниматели очень осторожны в том, что касается развития бизнеса в нашей стране. Среди многих недостатков, характерных для российского рынка, отмечается либо полное отсутствие, либо невысокая квалификация российских менеджеров.

Пребывание же западных менеджеров (профессионалов организации и управления) обходится иностранным компаниям, работающим в России, очень дорого. Кроме того, присутствие иностранных специалистов в совместных предприятиях часто ведет к конфликтным ситуациям между ними и российским персоналом, считающим что у первых несопоставимо более высокий уровень оплаты труда.

На этом фоне необычно выглядят результаты анализа деятельности нескольких десятков совместных предприятий в России, выполненного сотрудниками Гарвардской школы бизнеса в США. Кратко суть их выводов сводится к следующему:

Достоинства:

- в современной России много талантливых и опытных менеджеров;
- в России имеются широкие возможности для предпринимательства;
- российские менеджеры придают вопросам качества продукции такое же значение, как и на Западе;
- трудности, с которыми сталкиваются российские менеджеры (нестабильность, инфляция и т. д.), можно обратить в преимущества.

Недостатки:

- российские менеджеры неправильно понимают связь между властью и ответственностью (стремятся к большой власти при малой ответственности);
- объективные трудности в работе российских менеджеров: постоянное изменение законодательной базы; сложности обеспечения предприятий ресурсами.

Вопросы

Согласны ли вы с оценкой состояния российского менеджмента, которую дали американские специалисты?

Как динамично, по вашему мнению, меняются объективные условия для работы российских менеджеров?

Кто в настоящее время предпочтительнее на должности руководителя российского промышленного предприятия, крупной оптовой фирмы, банка: опытный, иностранный или российский менеджер? Объясните свой выбор.

Задание 20. Классика менеджмента содержит примеры емких выражений, кратко характеризующих суть менеджмента и его значение для бизнеса. Это, по существу, принципы эффективного менеджмента. Вот некоторые примеры принципов деятельности американских фирм «Дженерал Моторс» и «IBM».

- «Руководитель не может позволить себе роскошь учиться на ошибках».

- «Вы можете свалить дурака в чем угодно и вам дадут шанс исправиться. Но если вы хоть немного схалтурите в том, что касается управления людьми, то вам конец. Здесь все просто: либо высший уровень работы, либо нам придется расстаться».

- «Успех нашего бизнеса тесно связан с дарованием и преданностью наших менеджеров. Прибыль течет туда, где есть мозги».

Вопросы:

1. Согласны ли вы с приведенными выше высказываниями?

2. Постарайтесь сформулировать собственную оригинальную интерпретацию аналогичного выражения с учетом российской практики менеджмента.

Задание 21. Определить плановую прибыль от реализации товарной продукции по рыночным ценам, если на начало года остатки нереализованной продукции А – $ТПнА = 1000$ ед.; продукции Б – $ТПнБ = 800$ ед.; план выпуска товарной продукции: $ТПа = 8000$ ед.; $ТПб = 6000$ ед. Остатки нереализованной товарной продукции на конец года планируются: $ТПкА = 200$ ед.; $ТПкБ = 100$ ед.; полная себестоимость единицы продукции по плану: $Са = 0,7$ тыс. руб.; $Сб = 0,52$ тыс. руб.; рыночная цена $Ца = 0,8$ тыс. руб.; $Цб = 0,6$ тыс. руб.

Определить валовую прибыль, если годовой объем реализации изделия А – $QА = 2000$ шт.; изделия Б – $QБ = 3000$ шт.; цена единицы продукции: $Ца = 0,75$ тыс. руб.; $Цб = 0,6$ тыс. руб.; ликвидационная стоимость основных производственных фондов $Цл = 270$ тыс. руб.; остаточная стоимость ликвидируемых объектов $Цо = 250$ тыс. руб.; себестоимость единицы продукции: $Са = 0,6$ тыс. руб.; $Сб = 0,55$ тыс. руб.

Задание 22. Определить общую рентабельность, если выручка от реализации товарной продукции $ВТП = 250$ тыс. руб.; себестоимость реализации $Среал = 200$ тыс. руб.; остаточная стоимость реализуемого имущества $Цо = 15$ тыс. руб.; ликвидационная стоимость имущества $Цл = 10$ тыс. руб.; пени и штрафы, уплаченные в бюджет, составляют 5 тыс. руб.; среднегодовая стоимость основных производственных фондов $ОПФср = 200$

тыс. руб., оборотных средств ОСср=50 тыс. руб.

Определить чистую рентабельность, если балансовая прибыль ПРбал=200тыс.руб; доходы от пени и штрафов Дпш = 30 тыс. руб.; среднегодовая стоимость основных производственных фондов ОПФср=650тыс. руб., оборотных средств ОСср =270тыс. руб. Усредненная налоговая ставка Н=0,2.

Задание 23. В 1932г. была основана японская кампания «Мацусита Электрик Индастриал Ко, Лтд», являющаяся одним из мировых лидеров в производстве электротехники и электроники. В России, как и в других странах, известны торговые марки этой компании: «Технике» и «Панасоник».

Основатель компании Комоскэ Мацусита сформулировал 7 основных положений менеджмента:

1. не хитря, будь честным;
2. будь хозяином на своем месте;
3. не живи вчерашним днем, постоянно совершенствуй свои знания;
4. относись с уважением и вниманием к окружающим;
5. все время помни о внешнем мире, приспосабливайся к законам его развития;
6. с благодарностью относись к тому, что имеешь и получаешь - мы все берем у общества в долг;
7. не уставай задавать себе вопрос: «На кого я работаю»? Ответ - только один – «На общество».

Вопросы

1. В чем заключается социальная направленность менеджмента?
2. Каким образом можно разумно совмещать в менеджменте частное и общественное начало?

Попытайтесь продолжить формулировку основных положений менеджмента Комоскэ Мацусита, доведя их число до десяти.

Задание 24. В российской экономической литературе излагается мнение о том, что имеется пять базовых направлений в работе менеджера какой бы областью он ни занимался. Их результатом является интеграция ресурсов для поддержания жизнеспособности и развития организации.

Во-первых, менеджер устанавливает цели. Он определяет конкретные задачи и пути их решения для достижения целей.

Во-вторых, менеджер организует фирму как систему на их выполнение. Он анализирует виды деятельности, решения, необходимые для достижения

целей. Затем выявляет проблемы, ставит задачи, группирует проблемы и задачи и поручает конкретным сотрудникам их выполнение.

В-третьих, менеджер поддерживает мотивацию труда и коммуникации внутри фирмы. Он составляет команду из людей, ответственных за определенные работы, делая это с помощью различных приемов, путем кадровых решений (об оплате труда, назначениях, повышениях и др.), а также множества решений, повышающих качество труда и жизни сотрудников. При этом осуществляются постоянные связи менеджера с подчиненными, начальниками, коллегами.

В-четвертых, менеджер создает систему контроля. Он определяет единицы измерения, фиксируя показатели, сориентированные на работу всей организации и в то же время на работу конкретного сотрудника. Он анализирует и оценивает достигнутые результаты, сообщая о них своему руководству, подчиненным и коллегам.

В-пятых, менеджер способствует росту деловой карьеры людей, обеспечивая условия, способствующие продвижению по «служебной лестнице» членов организации.

Вопросы

1. Все ли главные аспекты многообразной деятельности современного менеджера здесь учтены?
2. Что, на ваш взгляд, нужно добавить, чтобы общая характеристика действий менеджера стала более полной?
3. Какие направления в работе менеджера являются приоритетными?

Задание 25. Менеджер, особенно высокого уровня, всегда должен иметь своего заместителя. От их совместной деятельности, взаимодействия во многом зависит успех дела. Ниже приводятся основные заповеди, которыми следует руководствоваться в рамках деловых отношений руководителя и его заместителя.

Заповеди для руководителя:

1. Обязательное полное информирование заместителя о состоянии дел.
2. Лояльность по отношению к заместителю. Руководитель должен не просто поддерживать своего заместителя, но и отстаивать его интересы.
3. Оказание заместителю всякого содействия: он должен иметь доступ к информации, ценному опыту.

Заповеди для заместителя:

1. Действовать в духе отсутствующего руководителя. Не следует видеть

в замеществе шанс для проведения собственной политики.

2. Лояльность по отношению к отсутствующему руководителю. Ни по отношению к руководителю своего «шефа», ни по отношению к подчиненным заместителю не следует проводить собственной тактики.

3. Секретность. Необходимо хранить молчание обо всех происшествиях в подразделении. Конечно, заместитель не обязан скрывать ставшие ему известными факты, связанные с уголовными преступлениями.

4. Честность и благородство. Заместитель не должен использовать полученную им во время замещения информацию ради собственной карьеры.

5. Ориентация на окончание сроков замещения. Заместитель должен зафиксировать в рабочем дневнике (других аналогичных документах) все существенные дела и полностью информировать о них руководителя по его возвращении, чтобы тот мог без промедления приступить к работе.

Вопросы

1. Со всеми ли заповедями вы согласны?
2. Что еще по вашему мнению, нужно добавить к ним ради пользы дела?
3. От каких заповедей, на ваш взгляд, можно или нужно отказаться и почему?