Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Тлисов Азамат Борисович
Должность: Директор Северо-Кавказского института - филиала РАНХиГС
Дата подписания: 17.11.2026 22:06:15
Уникальный программный ключ:
ac2df3a37f30cf89983b8fac4daa7e874c1d10ed

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ИНСТИТУТ-ФИЛИАЛ

«УТВЕРЖДАЮ»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00D6F63EBCD061699092680962737E91ED
Владелец: Тлисов Азамат Борисович
Действителен: с 28.04.2025 до 22.07.2026

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

повышения квалификации

«Предприниматель. Управление бизнесом»

Пятигорск, 2026

Разработчик:

Кандидат экономических наук, доцент
кафедры экономики и финансового права _____ О.В. Сорокина

Руководитель программы:
Кандидат экономических наук, доцент
кафедры экономики и финансового права _____ О.В. Сорокина

Программа повышения квалификации рассмотрена и одобрена на заседании ученого совета института-филиала и рекомендована к реализации, протокол № 5 от «18» 02 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ 4
1.1. Цель и задачи реализации программы 4
1.2. Нормативная правовая база 4
1.3. Планируемые результаты обучения 5
1.4. Категория слушателей 7
1.5. Формы и технологии обучения 8
1.6. Период обучения, срок освоения и режим занятий 8
1.7. Документ о квалификации 8
2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ 8
2.1. Календарный учебный график 8
2.2. Учебный план 9
2.3. Содержание программы по темам 10
3. ОРГАНИЗАЦИОННЫУ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ 12
3.1. Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы 12
3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы 12
4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ 61
ПРИЛОЖЕНИЯ 64

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель и задачи реализации программы

Цель реализации программы повышения квалификации является совершенствование имеющихся компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в сфере организации и ведения собственного бизнеса.

Задачи реализации программы:

1. Ознакомится с особенностями института предпринимательства и проанализировать проблемы экономического характера при выборе предпринимательской деятельности;
2. Изучить алгоритм создания собственного дела, различать особенности функционирования разных организационно-паровых форм предпринимательской деятельности.
3. Охарактеризовать систему законодательства о несостоятельности (банкротстве), разграничивать признаки и критерии несостоятельности (банкротства).
4. Рассчитывать и анализировать экономические показатели деятельности фирмы, оценивать нематериальные активы организации; рассчитывать величину амортизационных отчислений основных и нематериальных активов.
5. Научится организовывать бухгалтерский учет на малых предприятиях; отражать в системе счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственные операции; обосновывать возможность применения УСН, ОСН, ПСН.
6. Приобрести умения по разработки бизнес-плана предстоящей деятельности и ориентироваться в стандартах бизнес-планирования; выбирать технологию бизнес-планирования применительно к решаемой задаче.
7. Производить анализ жизненного цикла товара, определять стратегию маркетинга на различных этапах жизненного цикла товара; определять сбытовую стратегию.

1.2. Нормативная правовая база

Программа повышения квалификации разрабатывалась на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ (ред. от 29.12.2025) «Об образовании в Российской Федерации»
2. Приказ Минобрнауки России от 24.03.2025 N 266 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам" (Зарегистрировано в Минюсте России 22.04.2025 № 81928).
3. «Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 (14-ст) (ред. от 11.09.2025)
4. Приказ Минздравсоцразвития РФ от 26.08.2010 №761н (ред. от 31.05.2011) «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования»
5. Постановление Минтруда России от 21 августа 1998 №37 (ред. от 27.03.2018) «Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих»
6. Методические рекомендации по использованию электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации дополнительных профессиональных образовательных программ Министерства образования и науки Российской Федерации от 10 апреля 2014 №06–381
7. Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов (утв. Минобрнауки России 22 января 2015 №ДЛ-1/05вн).
8. Письмо Минобрнауки России от 21 апреля 2015 №ВК-1013/06 «Методические рекомендации по реализации дополнительных профессиональных программ с

использованием дистанционных образовательных технологий, электронного обучения и в сетевой форме».
9. Постановление Правительства РФ от 11 октября 2023 г. N 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».
10. Приказ РАНХиГС от 22 сентября 2017 №01–6230 «Об утверждении положения о применении в Академии электронного обучения. Дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».
11. Приказ РАНХиГС от 02 декабря 2025 г. №02– 02669/001 «Об утверждении порядка разработки и утверждения в Академии дополнительных профессиональных программ – программ повышения квалификации, программ профессиональной переподготовки».

1.3. Планируемые результаты обучения

Таблица 1

Виды деятельности	**Общепрофессиональные / профессиональные компетенции[3] ОПК, ПК или трудовые функции (ПСК и СК)[4]** ***(формируются и (или) совершенствуются)***	**Практический опыт**	**Знания**	**Умения**
Осуществление экономической деятельности организации [1]	ПСК-1 А/01.6 - Сбор, мониторинг и обработка данных для проведения расчетов экономических показателей организации	Сбор и обработка исходных данных для составления проектов финансово-хозяйственной, производственной и коммерческой деятельности (бизнес-планов) организации	Нормативные правовые акты, регулирующие финансово-хозяйственную деятельность организации	Осуществлять экономический анализ хозяйственной деятельности организации и ее подразделений, выявлять резервы производства
		Выполнение расчетов по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимых для производства и реализации выпускаемой продукции, освоения новых видов продукции, производимых услуг	Методы оптимизации использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов	Разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда
		Подготовка исходных данных для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации	Порядок разработки бизнес-планов организации в соответствии с отраслевой направленностью	Составлять проекты финансово-хозяйственной, производственной и коммерческой деятельности (бизнес-планов) организации
		Мониторинг изменения данных для проведения расчетов экономических показателей	Порядок ведения планово-учетной документации организации	Анализировать результаты расчетов финансово-экономических показателей и

Виды деятельности	Общепрофессиональные / профессиональные компетенции[3] ОПК, ПК или трудовые функции (ПСК и СК)[4] *(формируются и (или) совершенствуются)*	Практический опыт	Знания	Умения
		организации		обосновывать полученные выводы
	ПСК-2 A/02.6 - Расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации	Проведение расчетов экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов	Нормативные правовые акты, регулирующие финансово-хозяйственную деятельность организации	Применять методики определения экономической эффективности производства
		Расчет влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации	Методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений	Анализировать производственно-хозяйственные планы организации
		Проведение экономического анализа хозяйственной деятельности организации	Методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации	Рассчитывать экономические и финансово-экономические показатели, характеризующие деятельность организации
		Определение экономической эффективности организации труда и производства, внедрение инновационных технологий	Порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью	Анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую информацию, содержащуюся в отчетности организации, и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений
	ПСК-3 B/01.7 - Подготовка экономических обоснований для стратегических и оперативных планов развития организации	Контроль правильности осуществления расчетных операций	Принципы, методы и инструменты проектного управления	Составлять и анализировать финансово-экономическую отчетность организации
		Ведение учета экономических показателей результатов производственной деятельности организации и ее подразделений, а также учета заключенных договоров	Методы экономико-математического и статистического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений	Принимать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности организации
	ПСК-4 B/02.7 -	Поиск, анализ и оценка	Принципы, методы и	Вести планово-учетную

Виды деятельности	Общепрофессиональные / профессиональные компетенции[3] ОПК, ПК или трудовые функции (ПСК и СК)[4] *(формируются и (или) совершенствуются)*	Практический опыт	Знания	Умения
	Стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами	источников информации для проведения экономических расчетов	инструменты проектного управления	документацию организации
		Прогнозирование динамики основных финансово-экономических показателей деятельности организации	Методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений	Производить анализ хозяйственной деятельности организации
		Организация командной работы коллектива для решения экономических задач и руководство им	Технологические и организационно-экономические условия производства в соответствии с отраслевой направленностью деятельности организации	Составлять бизнес-проекты, перспективные и годовые планы и отчеты о деятельности организации
Организационно-управленческая	Способен использовать при осуществлении профессиональной деятельности современные методики маркетинга ПКо ОС-1.2	Соединение разно дисциплинарных аналитических инструментов в приложении к решению конкретных задач маркетинга предприятия; - самостоятельного обучения; - проведения научных исследований; - применения теоретических моделей к конкретным маркетинговым ситуациям; - применения маркетинговых методик планирования маркетинга и организации маркетинговой деятельности в организации.	Знания о ключевых проблемах и инструментах современного маркетинга; -методики маркетингового планирования и организации маркетинговой деятельности в организации.	Проводить комплексный и ситуационный анализ процессов на современных рынках; - проводить сравнительный анализ и синтез многообразной и многомерной информации о маркетинговых коммуникациях - выбирать конкретные применения знаний к анализу маркетинговых ситуаций; - освоение методик маркетингового планирования маркетинга и организации маркетинговой деятельности в организации.

[1] Профессиональный стандарт «Экономист предприятия» № 1437 Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 30 марта 2021 № 161н

1.4. Категория слушателей

Граждане, имеющие высшее образование - уровень магистратура или специалитет.

1.5. Формы и технологии обучения

Форма обучения – очная с применением ЭО и ДОТ.

1.6. Период обучения, срок освоения и режим занятий

Общая трудоемкость дисциплин (модулей) – 144 часов (количество академических часов, выделенных на лекционную часть – 22 часа; на практическую работу слушателей – 40 часов; на самостоятельную работу – 80 часов; форма промежуточной аттестации – тестирование в соответствии с учебным планом – 2 часа с применением ЭО). Продолжительность обучения составляет 30 дней. Занятия проводятся по 4-6 академических часов в день, для очно-заочной формы обучения с применением ДОТ.

1.7. Документ о квалификации

Удостоверение о повышении квалификации федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, установленного образца.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Календарный учебный график

Календарный учебный график заполняется с помощью условных обозначений:
УЗ ДОТ– учебные занятия с применением дистанционных образовательных технологий;
ТКУ ДОТ – текущий контроль успеваемости с применением дистанционных образовательных технологий;
ИА ЭО – итоговая аттестация с применением электронного обучения;
ЭО-электронное обучение
СР – самостоятельная работа

Таблица 2

Календарный учебный график

Период обучения – 30 дней			
1 - 14 день	**15-24 день**	**26-29 день**	**30 день**
УЗ/ТКУ (ДОТ)/ЭО	СР/ЭО	УЗ (ДОТ)	ИА (ЭО)

2.2. Учебный план

Таблица 3

№п/п[1]	Наименование (модуля/раздела/дисциплины/темы), практики (стажировки)[2]	Общая трудоемкость, час.[3]	Контактная работа, час.[4]					Самостоятельная работа, час[7]	Контактная работа (с применением дистанционных образовательных технологий, электронного обучения), час.[6]					Самостоятельная работа 9в т.ч. электронное обучение (ЭО), час[7]	Текущий контроль успеваемости[8]	Промежуточная аттестация (форма/час)[9]	Итоговая аттестация (вид /час.)[10]	Код компетенции[11]
			Всего[4]	В том числе					Всего[4]	В том числе								
				Лекции / в интерактивной форме[5]	Практические (семинарские/ лабораторные) занятия / в интерактивной форме[5]	Контактная самостоятельная работа, час[7]	Индивидуальные и групповые консультации			Лекции/ в интерактивной форме[5]	Практические (семинарские/ лабораторные) занятия / в интерактивной форме[5]	Контактная самостоятельная работа, час[7]	Индивидуальные и групповые консультации					
1.	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1.	Организация и создание собственного дела	20							10	4		6		12	О, Т, ПЗ, З	-	*Итоговое тестирование*	ПСК-4
2.	Планирование экономических процессов на предприятии	26							12	4		8		10	О, Т, З	-		ПСК-2
	Бухгалтерский учет и налогообложение бизнеса	26							12	4		8		10	О, Т, З	-		ПСК-2
3.	Риск-менеджмент в системе управления бизнес-процессами	18							4	2		2		10	О, Т, З	-		ПСК-2
4.	Управление маркетинговой деятельностью фирмы	26							12	4		8		10	О, Т, ПЗ, З	-		ПСК-4
5.	Бизнес-планирование на предприятии	26							12	4		8		10	О, Т, ПЗ	-		ПСК-3
6.	Маркетинг	18												18				
	Итого:	142							62	22		40		80				
	Итоговая аттестация	2							2								2	
	Всего:	144							144	22		40		80			2	

.

2.3. Содержание программы по темам

Таблица 4

Номер темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
Раздел 1. Предпринимательство: характеристика и организация создания собственного дела	
Тема 1. Организация и создание собственного дела	Порядок регистрации ИП. Порядок регистрации юридических лиц Способы подачи заявления и список документов для регистрации фирмы. Общие правила и условия для регистрации. Заполнение формы Р21001. Заполнение формы № Р11001. Самозанятые. Необходимые условия проведения безналичных расчетов. Договор банковского счета. Реквизиты расчетного документа. Формы безналичных расчетов. Понятие, признаки и критерии несостоятельности (банкротства). Досудебное предупреждение несостоятельности (банкротства). Порядок опубликования сведений о несостоятельности (банкротстве). Процедуры несостоятельности (банкротства). Особенности несостоятельности (банкротства) отдельных категорий должников. Инфраструктура МСП. АО «Корпорация «МСП», АО «Деловая среда». Стартап и этапы его развития (Pre-seed (посевной этап), Seed, прототип. альфа-версия, бета-версия (закрытая, открытая)). Маркетплейсы. Партнерство (нетворкинг).
Раздел 2. Управление бизнес-процессами организации	
Тема 2. Планирование экономических процессов на предприятии	Понятие основных фондов, их классификация; видовая структура. Стоимостная оценка основных фондов. Амортизация основных фондов. Амортизационные начисления, норма амортизации. Методы расчета амортизации. Показатели эффективности использования основных производственных фондов. Система показателей эффективности производства и финансового состояния предприятия. Показатели эффективности использования оборотных средств. Декомпозиция KPI. Детализация целей. КПЭ, SMART. Нормирование численности АУП/ИТР. Сбалансированная система показателей (ССП/BSC).
Тема 3. Бухгалтерский учет и налогообложение хозяйствующих субъектов	Бухгалтерский баланс как основной источник анализа эффективности работы предприятия. Капитальное (основное) уравнение бухгалтерского учета. Бухгалтерский баланс: статьи валюта бухгалтерского баланса. Счета бухгалтерского учета. Двойная запись. Классификация счетов. План счетов бухгалтерского учета Система учета формирования и налогообложения финансовых результатов. Налоги, уплачиваемые субъектами коммерческой деятельности в рамках общего режима налогообложения. Характеристика основных налогов (налог на добавленную стоимость, акцизы, налог на имущество организаций, транспортный налог, земельный налог, налог на прибыль организаций, налог на доходы физических лиц). Методология исчисления налогов и порядок их уплаты. Налоги, уплачиваемые в рамках специальных налоговых режимов. Единый сельскохозяйственный налог, упрощенная система налогообложения, патентный налог. Налоговая отчетность. Налоговый контроль субъектов коммерческой деятельности. Ответственность за правонарушения в сфере

Номер темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
	налогообложения. Налоговые санкции и порядок их взыскания.
Тема 4. Риск-менеджмент в системе управления бизнес-процессами	Понятие неопределенности внешней среды. Предпринимательское и приростное поведение. Понятие рисков с точки зрения экономики и с точки зрения управления. Спекулятивные риски. Риск-менеджмент в системе управления предприятием. Виды рисков. Характеристики рисков: вероятность, ущерб (прибыль), степень, уровень, правомерность рисков. Концепция соотношения риска и доходности. Факторы риска, классификация факторов риска. Страхование в бизнесе: страхование ключевых персон, страхование имущества, страхование ответственности. Хеджирование. Распределение рисков. Уход от рисков.
Тема 5. Управление маркетинговой деятельностью фирмы	Маркетинг: понятие, цели, задачи, функции. Комплекс маркетинга. Маркетинговая среда компании. Методы анализа маркетинговой среды организации. Понятие маркетинговой информационной системы. Основные источники получения маркетинговой информации для принятия решений в управленческой деятельности. Маркетинговые исследования рынка, виды и направления проведения исследований. Емкость рынка. Методы расчета емкости рынка. Анализ рыночной конкуренции. Поведение потребителей на рынке, факторы, его определяющие. Сегментация рынка. Выбор целевого рынка. Дифференциация и позиционирование. Стратегии позиционирования. Товар в маркетинге, понятие, классификация. Жизненный цикл товара. Факторы маркетингового ценообразования Базовые принципы определения уровня цен. Стратегии ценообразования. Каналы распределения: понятие, сущность. Виды каналов распределения. Коммуникационные стратегии в канале сбыта. Маркетинговые коммуникации: понятие, цели. Процесс разработки маркетинговых коммуникаций. Каналы коммуникации.
Тема 6. Бизнес-планирование на предприятии	Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи. Основные внешние источники финансирования бизнес-идей. Правила составления бизнес плана. Основные функции бизнес-планирования. Структура и содержание бизнес-плана. Основные разделы бизнес – плана (резюме; история бизнеса организации; характеристика объекта бизнеса организации; анализ бизнес-среды организации; план маркетинга; производственный план; организационный план; финансовый план; оценка и страхование риска).
Тема 7. Маркетинг	Динамика маркетинговых концепций: Развитие маркетинга. Реклама – двигатель торговли. Маркетинговые войны. Маркетинг, ориентированный на стоимость. Появление Интернета. Социальные медиа. Современный маркетинг: Составляющие маркетинга: разработка идеи, создание продукта, продвижение, исследование рынка /клиентов, взаимодействие с ними.

3. ОРГАНИЗАЦИОННЫУ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы

Институт располагает специальными помещениями, представляющие собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института.

Программа обеспечена условиями для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств и обеспечивающей освоение обучающимися образовательной программы в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся. Институт обеспечивает бесперебойную работу сервиса при проведении занятий в СДО с помощью платформы Microsoft Teams.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Методические разработки по проведению текущего контроля успеваемости

Тема 1. Организация и создание собственного дела (6 часов)

Практическое задание 1 (4 часа).

Вопросы к практическому занятию.

1. Дать определение предпринимательства. Раскрыть сущность функций предпринимательства.
2. Что понимается под предпринимательской способностью?
3. Приведите основные классификации предпринимательской деятельности.
4. Перечислите виды предпринимательской деятельности по сферам деятельности.
5. Назовите основные критерии классификации хозяйствующих субъектов по размерам.

Практические задания

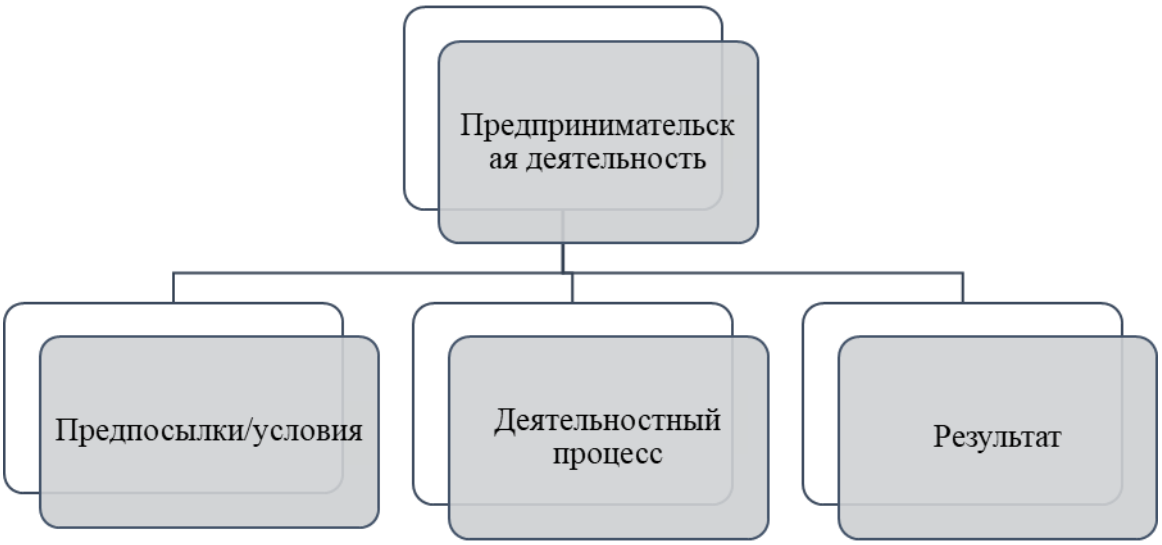
Задание 1.



Рисунок 1. Управленческие навыки, знание бизнес-процессов, связи

Задание 2.

Составить общую схему предпринимательской деятельности



Задание 3.

Составить сравнительную характеристику видов предпринимательской деятельности, заполнив таблиц.

Вид предпринимательской деятельности	Основные функции предпринимательской деятельности	Особенности производимого товара(услуги)	Пример организации	Способы извлечения дохода
Производственная				
Коммерческо-торговая				
Финансово-кредитная				
Посредническое				
Страховое				

Задание 4.

Провести сравнительную характеристику организационно-правовых норм, заполнив таблицу.

Признаки	ИП	ООО	Акционерное общество
Состав учредительных документов			
Статус владельца			
Источники формирования капитала			
Ответственность по обязательствам			
Распределение прибыли			

Задание 5.

Составить алгоритм регистрации ООО и ИП:

a) алгоритм создания ООО _____;
b) алгоритм создания ИП_____.

Задание 6.

Ознакомится, с "ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности" (ОКВЭД уже скачала. Формат dox) и выбрать ОКВЭД для сующих видов деятельности. Заполнить 3 лист Заявления о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (Форма № Р21001).

Вариант 1:

- Организация грузовых перевозок;
- Ремонт одежды;
- Розничная торговля продуктами питания;
- Услуги фитнес тренера.

Вариант 2:

- Продажа медицинского оборудования;
- Производство пластиковой, одноразовой посуды;
- Парикмахерские услуги;
- Рыболовство на коммерческой основе на внутренних водах.

Вариант 3.

- Оптовая торговля тканями;
- Производство солодовых напитков, таких как пиво, эль, портер и крепкий портер
- Предоставлению услуг по доставке почты на дом
- Изготовление оконных рам.

Задание 7.

Самостоятельно определиться с видом предпринимательской деятельности, смоделировать новую организацию, освоить порядок ее создания и регистрации. Задание состоит в моделировании слушателями новой организации, ведущей предпринимательскую деятельность в определенной сфере деятельности.

В процессе выполнения задания необходимо сделать следующее.

1. Придумать фирменное наименование, проверить его на уникальность через сервис поиска в ЕГРЮЛ.

2. Определить юридический адрес создаваемой организации и сформировать гарантийное письмо.

3. Выбрать код(ы) ОКВЭД, описывающие деятельность создаваемой организации.

4. Определить сумму уставного капитала, порядок и сроки его внесения, обозначить количество учредителей, указать, кто ими является.

5. В зависимости от выбранного количества учредителей оформить решение учредителя или протокол общего собрания; договор об учреждении.

6. Подготовить проекты необходимых учредительных документов в соответствии с выбранной формой предпринимательства.

7. Заполнить форму заявления Р11001/ Р21001.

8. Сформировать квитанцию на оплату государственной пошлины в банке. Уточнить размер пошлины исходя из организационно-правовой формы.

9. Определить в каком режиме налогообложения может работать создаваемая организация, выбрать из них оптимальный и обосновать свой выбор. При выборе УСН подготовить уведомление о переходе на УСН.

Каждый слушатель (группа слушателей) самостоятельно формирует всю необходимую документацию по своей организации. Проект с презентацией защищается на практическом занятии.

Задание 8.

Организация бизнеса. На основании информации, сформированной студентами при выполнении задания 7, создайте «визитку» новой организации. В связи с этим выполните следующие действия. Заполните таблицы

Таблица 1

Характеристика юридического лица и его учредителей

Вид юридического лица	Учредители	Форма учредительных документов

Таблица 2

Описание вида предпринимательской деятельности

Вид предпринимательства	Достоинства	Недостатки

Таблица 3

Достоинства и недостатки выбранной организационно-правовой формы

Организационно-правовая форма	Достоинства	Недостатки

2. Сформулируйте цель и предпринимательскую идею бизнеса.

3. Опишите, в чем состоит инновационный момент, т. е. почему можно считать, что созданная организация ведет именно предпринимательскую деятельность.

4. Предложите товар (работу, услугу), пользующийся высоким уровнем конкурентоспособности. Заполните таблицу 4.

Таблица 4

Преимущества и недостатки предлагаемого организацией товара (работы, услуги) по сравнению с аналогичными товарами (работами, услугами) конкурентов

Преимущества	Недостатки	Меры по преодолению недостатков

Примерные тесты:

1. Предпринимательство выполняет следующие функции:

a) новаторскую;
b) методологическую;
c) социальную;
d) познавательную.

2. Вопросы эффективно использования трудовых, материальных, финансовых и информационных ресурсов решает …. функция

a) личностная;
b) социальная;
c) хозяйственная;
d) инновационная.

3. Самореализация предпринимателя как субъекта рыночных отношений возможна через функцию:…

a) культурную;
b) организационную;
c) социальную;
d) личностную.

4. Принципами предпринимательства является:…

a) свободное распределение прибыли;

b) организация единого экономического пространства на всей территории РФ;
c) срочность, платность и возвратность кредитов;
d) свободный выбор деятельности на добровольной основе.

5. Для регистрации ИП в налоговый орган необходимо подать:
a) заявление по форме Р21001;
b) квитанция об оплате государственной пошлины;
c) договор аренды помещения;
d) устав.

6. Документы могут быть поданы в налоговую инспекцию;
a) Лично;
b) по почте с объявленной ценностью и описью вложения;
c) в электронном виде
d) только через представителя.

7 . Отказа в регистрации юридического лица допускается в случае:
a) непредставления определенным федеральным законом не обходимых для государственной регистрации документов;
b) нарушения сроков подачи заявления;
c) представления документов в ненадлежащий регистрирующий орган;
d) наличия валютных счетов у предприятия.
e)

9. Органом, осуществляющим регистрацию ИП или юридического лица является:
a) ФНС РФ;
b) Муниципальный орган власти по месту жительства заявителя;
c) Многофункциональный цент.

Практическое занятие 2.

Вопросы к практическому занятию.

1. Обязанность должника по подаче заявления должника в арбитражный суд. Ответственность гражданина - должника и органов управления должника.
2. Арбитражные управляющие, требования, предъявляемые к ним. Порядок утверждения граждан в качестве арбитражных управляющих.
3. Порядок рассмотрения дел о банкротстве
4. Какую поддержки получает малый бизнес в РФ?
5. Назовите известные вам формы государственной поддержки среднего бизнеса.

Практические задания

Задние 1.

Используя нормативные правовые акты регламентирующие аудиторскую деятельность заполнить таблицы:

Таблица 1

Система признаков банкротства юридического лица

Критерии (система показателей)	**Характеристика**
Сумма долга	
Срок долга	
Особые условия	
Субъекты имеющие право обращения в юрисдикционный орган за признанием юридического лица банкротом	

Система признаков банкротства физического лица

Критерии (система показателей)	**Характеристика**
Сумма долга	
Срок долга	

Особые условия	
Субъекты имеющие право обращения в юрисдикционный орган за признанием гражданина лица банкротом	

Задание 2.

Коммерческий банк признан банкротом. Какие нормы регулируют очередность удовлетворения требований его кредиторов? Какова последовательность их применения?

Задание 3.

Кредитор обратился в арбитражный суд с заявление о признании банкротом ООО «Уют» на основании вступившего в законную силу решения суда о взыскании в его пользу 300тыс. руб. государственной пошлины. Включается ли государственная пошлина в состав денежных обязательств для определения наличия признаков банкротства?

Задание 4.

Кредитор обратился в арбитражный суд с заявлением о признании банкротом ЗАО «Кристалл» на основании вступившего в законную силу решения суда о взыскании в его пользу 750тыс. руб. убытков в виде упущенной выгоды.

Включаются ли убытки в виде упущенной выгоды в состав денежных обязательств для определения наличия признаков банкротства? Нормативно обоснуйте ответ.

Задание 5.

Судья арбитражного суда вынес определение об отказе в принятии заявления о признании банкротом ОДО «Галлиум». Основанием для отказа в принятии заявления кредитора – АКБ «Промбанк» послужило то, что судом по заявлению другого кредитора – ЗАО «Эдем» уже возбуждено производство по делу о банкротстве ОДО «Галлиум».

Правильно ли поступил судья? Является ли АКБ «Промбанк» конкурсным кредитором должника – ОДО «Галлиум»? Каким образом он может защитить свои права? Обоснуйте свой ответ ссылками на статьи Закона о банкротстве.

Задание 6.

Выберите для проведения анализа компанию, работающую в аналогичной с вашим бизнес-проектом отрасли. Проведите для вашего потенциального конкурента анализ мер поддержки. Разделите меры поддержки на три группы по мере убывания ценности для компаний, работающих в одной с вашим бизнес-проектом отрасли. Формирование групп мер проведите на основе выставления оценок их эффективности для компаний, осуществляющих деятельность в вашей отрасли, по 10-балльной шкале.

Задание 7.

Охарактеризуйте известные вам виды финансовой поддержки. Укажите общие и отличительные черты таких видов, как субсидия начинающим предпринимателям, субсидия от центра занятости и льготное кредитование.

Задание 8.

На сайте Фонда содействия ин-новациям изучите меры финансовой конкурсной поддержки компаний и выберите, какая мера поддержки была бы полезна вашему бизнесу. Ответ необходимо аргументировать. Обсудите:

Как параметры оказания поддержки оказывают влияние на принятие решения?

Есть ли среди перечня ожидаемых результатов превосходящие ваши возможности?

Что необходимо предпринять, чтобы получение финансирования стало возможным?

На каких стадиях жизненного цикла бизнес-проекта вы воспользуетесь данными программами?

Примерные тесты:

1. Совокупность правовых норм, регулирующих общественные отношения, связанные с несостоятельностью (банкротством) юридических и физических лиц, а также ее (его) предупреждением это:

a) Институт несостоятельности (банкротства);
b) Институт правовых отношений;
c) Гражданский кодекс РФ;
d) ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)».

2. При рассмотрении дела о банкротстве ИП применяются процедуры:
   a) Мировое соглашение;
   b) Реализация имущества гражданина;
   c) Финансовое оздоровление;
   d) Внешние управление .
3. Признаками банкротства ИП являются:
   a) Объем неисполненных требований кредиторов к должнику в общей сумме - от 300 000 руб;
   b) Объем неисполненных требований кредиторов к должнику в общей сумме - от 500 000 руб;
   c) Соответствующие обязательства и (или) обязанность не исполнены им в течение трех месяцев с даты, когда они должны были быть исполнены;
   d) копия свидетельства о постановке на учет в налоговом органе.
4. Правом на обращение в арбитражный суд с заявлением о признании ИП банкротом обладают:
   a) Уполномоченный орган;
   b) Судья Арбитражного суда;
   c) Сам индивидуальный предприниматель;
   d) Кредитор.
5. Заявление о признании ИП банкротом подаётся:
   a) По месту регистрации ИП;
   b) По месту регистрации кредитора;
   c) По фактическому адресу расположения ИП;
   d) В любой судебный орган.
6. Основания для признания несостоятельности индивидуального предпринимателя:
   a) Сумма задолженности превышает стоимость его имущества.
   b) Выполнение требования одного из кредиторов приведет к тому, что ИП не сможет удовлетворить требования остальных кредиторов.
   c) Основания для скорого восстановления платежеспособности должника отсутствуют;
   d) Заключено мирового соглашение с кредитором.
7. Решение о принятии заявления судья выносит:
   a) не позднее 5 дней с его подачи;
   b) не позднее 10 дней с его подачи;
   c) в срок не более 7 месяцев со дня подачи заявления;
   d) срок не установлен ФЗ-127.
8. Суд может вынести следующие варианты решения в отношении ИП:
   a) ИП признать банкротом
   b) Заявление признано необоснованным
   c) Требуются уточняющие сведения для принятие решения;
   d) Назначить временного управляющего.
9. Инфраструктура поддержки субъектов МСП включает:
   a) Частные организации;
   b) Иностранные организации;
   c) Государственные организации;
   d) Коммерческие банки.
10. К организациям оказывающим поддержку в развитии субъектов МСП относятся:
    a) Корпорация МПС;

b) АО «Деловая среда»»
c) ЦБ РФ;
d) АО «Рука помощи».

Тема 2. Планирование экономических процессов на предприятии (8 часов)

Практическое занятие 1

Вопросы к практическому занятию.

1. В чем состоит сущность основного капитала и основных средств?
2. Какое имущество включается в состав основных средств предприятия?
3. Каковы экономические признаки основных средств?
4. Приведите примеры основных средств предприятия, относящихся к различным классификационным группам основных фондов, учитывающих их видовой состав.
5. Какие основные фонды гостиничного предприятия относятся к активной, а какие - к пассивной части основных средств?
6. Перечислите способы оценки основных фондов предприятия.

Практические задания.

Задача 1.

Деятельность предприятия на рынке характеризуется следующими данными (млн р.):

Показатели	Прошлый год	Отчетный год
Первоначальная стоимость основных средств	200	270
Стоимость поступивших основных средств	27	43
Стоимость выбывших основных средств	21	33
Стоимость основных средств на начало периода	180	?

Рассчитайте стоимость основных средств на конец прошлого года и отчетного года, а также все показатели воспроизводства основных средств.

Задача 2.

Стоимость поставки оборудования для предприятия характеризуется следующими данными:

Показатели	Значения показателей
Стоимость оборудования у поставщика, млн р.	15,0
Стоимость транспортировки оборудования, тыс. р.	2,5
Стоимость монтажа оборудования, млн р.	1,5

Рассчитайте первоначальную стоимость оборудования для постановки на балансовый учет предприятия.

Задача 3.

Стоимость поставки оборудования для предприятия характеризуется следующими данными:

Показатели	Значения показателей
Стоимость оборудования у поставщика, млн р.	6,8
Стоимость доставки оборудования, осуществляемого производителем, % от стоимости оборудования	5,5
Стоимость монтажа оборудования, осуществляемого самостоятельно, млн р.	1,2

Рассчитайте первоначальную стоимость оборудования для постановки на балансовый учет предприятия.

Задача 4.

Деятельность предприятия характеризуется следующими данными (млн р.):

Показатели	Прошлый год	Отчетный год
Объем продаж	5280	5710
Прибыль	2035	2180
Среднегодовая стоимость основных фондов	2820	2980

Рассчитайте фондоотдачу, фондоемкость и рентабельность использования основных фондов.

Задача 5.

Первоначальная стоимость основных фондов предприятия на начало года составляет 30 млн р. В течение года были введены основные фонды:

• в феврале на сумму 550 тыс. р.;
• в апреле на сумму 300 тыс. р.;
• в июле на сумму 1 млн р.;
• в октябре на сумму 600 тыс. р.

В связи с полным износом списаны основные фонды:

• в мае на сумму 400 тыс. р.;
• в декабре на сумму 770 тыс. р.

Затраты на транспортировку вводимых основных фондов составили 2 %, а на монтаж — 3 % от их стоимости. Общая величина износа основных фондов на конец года равняется 40 %.

Определите первоначальную и остаточную стоимости основных фондов на конец года и среднегодовую стоимость основных фондов.

Задача 6.

Выполните расчет показателей эффективности использования основных средств предприятия (фондоотдача, фондоемкость, рентабельность основных средств и активной части основных средств, фондовооруженность и удельный вес активной части основных средств (%)) на основе данных:

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год
Выручка от оказания услуг, тыс. р.	22319,0	35946,0
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. р.	5814,0	6205,0
Среднегодовая стоимость активной части основных средств, тыс. р.	3923,0	4816,0
Среднесписочная численность, чел.	217	209
Прибыль, тыс. р.	4867,0	5504,0

По каждому показателю рассчитайте отклонение (+, –) и динамику (%). Сделайте вывод.

Примерные тесты:

1. В состав основного капитала предприятия входят:

а) основные средства;

б) краткосрочные финансовые вложения;

в) оборотные средства;

г) персонал.

2. Группа основных средств предприятия, к которой относится здание, входящего в состав производственного комплекса:

а) машины и оборудование;

б) передаточные устройства;

в) здания;

г) сооружения.

3. Группа основных средств предприятия, к которой относятся электрокары

:а) транспортные средства;

б) жилища;
в) здания;
г) передаточные устройства.
4. Группа основных средств предприятия, к которой относятся электросети:
а) транспортные средства;
б) жилища;
в) здания;
г) передаточные устройства.
5. Группа основных средств предприятия, к которой относятся пылесосы, кондиционеры, холодильники, телевизоры:
а) транспортные средства;
б) жилища;
в) здания
;г) производственный и хозяйственный инвентарь.
6. Основные фонды предприятия:
а) здания, сооружения, средства в расчетах, запасы сырья и материалов;
б) здания, сооружения, оборудование;
в) здания, дебиторская задолженность, спецодежда;
г) денежные средства.
7. Коэффициент обновления (поступления) основных фондов характеризует:
а) долю поступившего оборудования на одного работ-ника предприятия;
б) долю поступившего оборудования в общей его стоимости;
в) долю поступивших основных средств в общей их стоимости на конец года;
г) удельный вес выбывших основных фондов в общей их стоимости.
8. Показатель фондоотдачи рассчитывается как отношение выручки от продаж за год:
а) к стоимости проданных основных фондов;
б) стоимости новых основных фондов;
в) среднегодовой стоимости основных фондов;
г) сумме стоимости проданных и новых основных фондов.
9. Остаточная стоимость основных фондов - это разница между их первоначальной стоимостью и:
а) величиной начисленной амортизации за год;
б) стоимостью износа за весь срок эксплуатации;
в) ликвидационной стоимостью основных средств;
г) прибылью от продаж.
10. Состояние основных фондов показывают:
а) коэффициенты фондоотдачи и фондовооруженности;
б) коэффициенты выбытия и поступления;
в) коэффициенты годности и износа;
г) коэффициенты прироста и выбытия.

Практическое занятие 2.

Вопросы к практическому занятию.

1. В чем заключается экономическая сущность износа основных средств?
2. Назовите виды износа основных средств.
3. Что следует понимать под амортизацией основных средств?
4. Какие методы начисления амортизации вам известны?
5. Какова экономическая сущность воспроизводства основных средств гостиничного предприятия?

Практические задания

Задача 1.

Деятельность предприятия характеризуется следующими данными:

Виды основных фондов	Первоначальная стоимость на начало года, млн р.	Прирост основных фондов, млн р.	Срок ввода	Годовая норма амортизации, %
Здания и сооружения	9 800	230	март	1,2
Оборудование	580	160	август	12,5

Рассчитайте сумму амортизационных отчислений по гостинице на основе данных за отчетный период.

Задача 2.

Деятельность предприятия характеризуется следующими данными:

Показатели	Значения показателей
Основные производственные фонды на конец года, млн р.	150
Степень износа основных производственных фондов, %	10

Определите коэффициенты износа и годности основных фондов на конец года.

Задача 3.

Рассчитайте линейным методом норму амортизации и сумму амортизационных отчислений по следующим данным: первоначальная стоимость основных средств - 18 млн р., средний срок их полезного использования - 9 лет.

Задача 4.

Рассчитайте линейным методом норму амортизации и сумму амортизационных отчислений по следующим данным: первоначальная стоимость основных средств - 15 млн р., средний срок их полезного использования - 12 лет.

Задача 5.

На основе приведенных данных проанализируйте воспроизводство и техническое состояние основных средств (остаточная стоимость основных средств (тыс. р.), коэффициент износа, коэффициент годности, коэффициент поступления (обновления), коэффициент выбытия, уровень технического оснащения (доля активных основных средств, %), коэффициент прироста). По каждому показателю рассчитайте отклонение (+, –). Сделайте выводы.

Показатели	На конец предшествующего года	На конец отчетного года
Первоначальная стоимость основных средств, тыс. р., в том числе:	8750,0	6674,0
активная часть, тыс. р.	6643,0	4444,0
Амортизация основных средств, тыс. р.	1112,0	1201,0
Поступило основных средств, тыс. р.	1400,0	1345,0
Выбыло основных средств, тыс. р.	1168,0	1540,0

Задача 6.

На основе нижеприведенных данных рассчитайте коэффициенты воспроизводства и состояния основных средств:

Показатели	Наличие на начало года	Поступило	Выбыло	Наличие на конец года
Первоначальная стоимость основных средств, тыс. р.	2966,0	1670,0	9,2	?
Амортизация основных средств, тыс. р.	889,8	-	-	956,8

Остаточная стоимость основных средств, тыс. р.	2076,2	-	-	3670,2

Задача 7.

Первоначальная стоимость оборудования для предприятия по состоянию на начало года составила 800 тыс. р., срок нормативного использования оборудования - 5 лет, срок фактической эксплуатации -2 года. Метод начисления амортизации - линейный. Рассчитайте сумму начисленной амортизации за время эксплуатации оборудования, остаточную стоимость оборудования прачечной, коэффициенты износа и годности

Примерные тесты:

1. Коэффициент износа основных фондов определяется отношением:

а) начисленной суммы амортизации к первоначальной стоимости основных фондов;

б) остаточной стоимости к первоначальной стоимости основных фондов;

в) восстановительной стоимости к среднегодовой стоимости основных фондов;

г) прибыли от продаж к среднегодовой стоимости основных фондов.

2. Коэффициенты годности и износа в совокупности должны быть:

а) равны 1;

б) больше 1;

в) меньше 1;

г) меньше 0.

3. Показатель фондовооруженности определяется путем деления средней стоимости основных фондов:

а) на среднюю численность персонала предприятия;

б) величину выручки от продажи гостиничного продукта;

в) сумму расходов на амортизацию;

г) ликвидационную стоимость основных средств.

4. Показатель фондоемкости — это величина, обратная:

а) фондоотдаче;

б) фондовооруженности;

в) коэффициенту обновления;

г) коэффициенту износа.

5. Норма амортизации здания - 2 %. Нормативный срок службы этого здания:

а) рассчитать невозможно, не хватает данных;

б) 50 лет;

в)100 лет

г) 200 лет

6. Физический износ основных средств - это:

а) изменение любых свойств основных средств под воздействием процессов труда, природных факторов;

б) утрата первоначальной потребительской стоимости вследствие снашивания, ветхости и устаревания;

в) перенос части стоимости основных фондов на вновь созданный продукт для последующего воспроизводства основных фондов;

г) износ основных фондов, отчисляемый на издержки производства (себестоимость) на основе амортизационных норм.

7. Моральный износ основных средств проявляется:

а) в потере экономической эффективности и целесообразности использования основных фондов до истечения срока полного физического износа;

б) в связи с частичной потерей потребительской стоимости и стоимости самого оборудования;

в) в связи с полным обесценением оборудования, при котором его дальнейшее использование является убыточным.

8. Амортизация основных фондов - это:

а) перенос части стоимости основных фондов на вновь созданный продукт для последующего воспроизводства основных фондов;

б) износ основных фондов, отчисляемый на издержки производства (себестоимость) на основе амортизационных норм;

в) изменение механических, физических, химических свойств под воздействием процессов труда, сил природы;

г) утрата первоначальной потребительской стоимости вследствие снашивания, ветхости и устаревания.

9. Стоимость приобретенного у поставщиков оборудования для ресторана гостиничного комплекса составила 950,0 тыс. р., затраты на транспортировку - 150,0 тыс. р., затраты на монтаж и установку - 4225,5 тыс. р. Первоначальная стоимость холодильного оборудования равна:

а) 1550,5 тыс. р.;

б) 1125,5 тыс. р.;

в) 1150,5 тыс. р.;

г) 950,5 тыс. р.

10. Первоначальная стоимость основных средств - 13 826,5 тыс. р., величина начисленного износа - 8402,6 тыс. р. Коэффициент износа основных средств составит:

а) 0,608;

б) 0,875;

в) 0,244;

г) 0,39

Практические занятие 3

Вопросы к практическому занятию.

1. В чем заключается сущность оборотного капитала и оборотных средств?
2. Что следует понимать под циклом движения оборотного капитала?
3. Назовите признак, который положен в основу деления оборотных средств предприятия на оборотные производственные фонды и фонды обращения.
4. Сформулируйте основные экономические признаки оборотных средств гостиничного предприятия.
5. Раскройте экономическую сущность кругооборота оборотных средств.
6. Раскройте методику расчета норматива оборотных средств в запасах.
7. Какие виды норм и методы нормирования оборотных средств существуют?
8. Перечислите показатели, характеризующие эффективность использования оборотного капитала предприятия.
9. Выделите наиболее важные пути повышения эффективности использования оборотных средств предприятия.

Практические задания

Задача 1. Деятельность предприятия характеризуется следующими данными (млн р.):

Показатели	Предшествующий год	Отчетный год
Объем продаж	788,0	925,0
Прибыль	11,7	13,2
Среднегодовая сумма оборотных средств	36,8	38,8

Рассчитайте показатели экономической эффективности использования оборотных средств. Определите абсолютную сумму высвобожденных или дополнительно вовлеченных средств в оборот гостиничного предприятия в результате изменения оборачиваемости.

Задача 2. Деятельность гостиничного предприятия в отчетном году характеризуется следующими показателями:

Показатели	Значения показателей
Планируемый объем гостиничных услуг, ночевки в номерах	46 800
Норма расхода туалетного мыла в день на номер, шт.	3
Остаток на начало года, шт.	5402
Нормативный запас на следующий год, шт.	6000

Рассчитайте потребность в расходном материале на предстоящий год.

Задача 3. Гостиничное предприятие осуществляет продажу номеров в кредит по корпоративным контрактам с фирмами. Деятельность гостиницы в отчетном месяце характеризуется следующими показателями:

Показатели	Значения показателей
Нормативный срок кредита по корпоративным контрактам, дн.	30
Дополнительный срок кредита по корпоративным контрактам, дн.	5
Объем продаж номеров по корпоративным контрактам за месяц, туродни	164
Фактическая дебиторская задолженность, р.	448 600
Цена номера по корпоративным контрактам, р. в сутки	4800

Определите сумму просроченной дебиторской задолженности на начало следующего месяца.

Задача 4. Деятельность предприятия в отчетном периоде характеризуется следующими показателями:

Показатели	Предшествующий год	Отчетный год
Средняя цена за номер, р.	4000	4300
Объем продаж номеров за год, туродни	58400	58150
Дебиторская задолженность, р.	445000	430000

Определите динамику оборачиваемости дебиторской задолженности гостиничного предприятия в оборотах.

Задача 5. Определите число оборотов оборотных средств предприятия, если годовой объем оказанных услуг составил 700 млн р., а среднегодовые остатки оборотных средств - 100 млн р.

Задача 6. Определите коэффициенты оборачиваемости и загрузки, а также длительность одного оборота оборотных средств предприятия, если объем реализованных услуг составил 4,206 млн р., а среднегодовой остаток оборотных средств - 0,574 млн р.

Примерные тесты:

1. Оборотный капитал -предприятия - это:

а) стоимость внеоборотных активов;

б) затраты на производство и реализацию продукции;

в) стоимость активов предприятия;

г) капитал, участвующий и полностью расходуемый в течение одного производственного цикла.

2. Оборотные средства предприятия — это:

а) минимальная плановая сумма, необходимая для обеспечения выполнения обязательств предприятием;

б) сумма денежных средств и средств в расчетах с кредиторами предприятия;

в) денежные средства, авансированные в предметы труда, которые полностью потребляются в каждом производственном цикле и полностью переносят свою стоимость на продукт;

г) средства, привлекаемые предприятием у различных кредиторов.

3. Позиция, относящаяся к оборотным производственным фондам предприятия:

а) предметы труда;

б) машины, оборудование;

в) денежные средства;

г) собственный капитал.

4. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств характеризует:

а) уровень производительности труда;

б) интенсивность использования оборотных средств;

в) рентабельность продаж;

г) величину реализованных услуг, приходящуюся на 1 р. заемного капитала.

5. Эффективность использования оборотных средств характеризуют:

а) прибыль от продаж, рентабельность продаж, затраты на капитальные вложения;

б) фондоотдача, фондоемкость продукции, фондовооруженность труда;

в) коэффициент оборачиваемости, средняя продолжи-тельность одного оборота, коэффициент загрузки, рентабельность оборотных средств;

г) рентабельность затрат, рентабельность собственного капитала.

6. Период оборота оборотных средств характеризует:

а) время нахождения оборотных производственных фондов в запасах и незавершенном производстве; б) средняя скорость движения оборотных средств;

в) количество дней, за которое совершается полный обо-рот оборотных средств;

г) время, необходимое для полного обновления производственных фондов предприятия.

7. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств характеризует:

а) величина выручки, приходящейся на 1 р. основных фондов;

б) средняя продолжительность одного оборота оборотных средств;

в) количество оборотов или скорость обращения оборотных средств за соответствующий период;

г) уровень технической вооруженности персонала

8. Нормируемые оборотные средства предприятия:

а) денежные средства;

б) запасы;

в) дебиторская задолженность.

9. Стадии, характеризующие кругооборот оборотных средств гостиничного предприятия:

а) денежная, товарная, производственная;

б) денежная, товарная;

в) денежная, производственная;

г) товарная, производственная.

10. Показатель, измеряемый в числе оборотов оборотных средств предприятия:

а) рентабельность оборотных средств;

б) коэффициент оборачиваемости оборотных средств;

в) средний период оборачиваемости оборотных средств;

г) коэффициент загрузки оборотных средств.

Практическое занятие 4

Вопросы к практическому занятию.

1. Что означает термин «издержки» в деятельности предприятия?
2. Перечислите особенности затрат предприятия.
3. Что понимается под классификацией затрат?

4. Дайте определение системе классификации затрат.
5. Какие классификационные признаки затрат вам известны?
6. Охарактеризуйте экономическую сущность статей калькуляции затрат предприятия.

Практические задания

Задача 1.

Владелец небольшого магазина ежегодно платит 3 тыс. у. е. аренды, 20 тыс. у. е. заработной платы, 100 тыс. у. е. за сырье, 10 тыс. у. е. за электроэнергию. Стоимость установленного оборудования составляет 200 тыс. у. е., срок его службы 10 лет. Если бы эти средства он положил в банк, то ежегодно получал бы 16 тыс. у. е. дохода. Определите бухгалтерские и экономические издержки.

Задача 2.

Фирма за год произвела и реализовала 100 000 штук продукции по цене 100 у. е. за штуку. Затраты на производство этого количества продукции составили: на сырье и материалы – 1 500 000 у. е., на электроэнергию – 200 000 у. е., на аренду помещений и транспорта – 1 000 000 у. е., заработная плата составила: административных работников 600 000 у. е., основных рабочих – 800 000 у. е. На предприятии установлено оборудование стоимостью 20 000 000 у. е., срок службы которого 10 лет. Эти средства при ином помещении капитала могли принести 10 % годового дохода. Фирма платит 300 000 у. е. процентов за заемные средства. Свой риск фирма оценивает в 700 000 у. е. Определите:

- общие издержки, в том числе постоянные и переменные;
- средние издержки, в том числе постоянные и переменные;
- бухгалтерские издержки;
- экономические издержки.

Задача 3.

Фирма за год произвела и реализовала 20000 штук продукции по цене 50 у. е. за штуку. Затраты на производство этого количества продукции составили: на сырье и материалы – 200 000 у. е., на электроэнергию – 35 000 у. е., на аренду помещений и транспорта – 100 000 у. е. Заработная плата составила: административных работников 60 000 у. е., основных рабочих 80 000 у. е. На предприятии установлено оборудование стоимостью 2 млн. у. е., срок службы которого 20 лет. Эти средства при ином помещении капитала могли принести 10 % годового дохода. Фирма платит 30 000 у. е. процентов за заемные средства. Свой риск фирма оценивает в 50 000 у. е. Определите:

- бухгалтерские и экономические издержки;
- валовую выручку;
- бухгалтерскую и экономическую прибыль.

Задача 4.

Постоянные затраты по производству продукции за месяц составляют 600 тыс. руб., переменные затраты на 1 кг изделий – 30 руб.

Предприятие реализует свои изделия магазинам по цене 45 руб. за 1 кг.

Рассчитайте:

Каким должен быть объем реализации продукции для получения прибыли в размере 210 тыс. руб.?

Определите точку безубыточности в количественном и денежном выражении.

Задача 5.

Руководству предприятия представлены на рассмотрение два варианта организации производства продукции. Характеристики проектов представлены в таблице. Характеристика проектов

Показатели	Варианты проекта	
	A	B
Объема спроса, ед./месяц	3000	4000
Цена, руб./ед.	400	400

Затраты, руб. в месяц:		
сырье, основные материалы	235000	300000
прочие материалы	120000	135000
сдельная заработная плата производственных рабочих с учетом отчислений	320000	360000
коммерческие расходы	65000	72000
итого переменные	740 000	867 000
аренда здания	60000	60000
амортизация оборудования	130000	130000
административно-управленческие расходы	195000	215000
итого постоянные издержки	385 000	405 000

Определить точку безубыточному объему производства для каждого проекта.

Задача 6. Выполните оценку динамики состава и структуры затрат отеля по экономическим элементам. Определите основные направления снижения затрат. Сделайте выводы.

Показатели	Предшествующий год		Отчетный год	
	сумма, тыс. р.	удельный вес, %	сумма, тыс. р.	удельный вес, %
Материальные затраты	7750	?	8265	?
Расходы на оплату труда	850	?	895	?
Отчисления на социальное страхование	420	?	562	?
Амортизация	1440	?	2602	?
Прочие затраты	600	?	906	?
ИТОГО:	?	?	?	?

Примерные тесты:

1. Расходы гостиницы на оплату коммунальных услуг:

а) переменные;

б) постоянные;

в) пропорциональные.

2. Затраты, к которым относятся расходы предприятия на текущий ремонт помещений общего пользования:

а) прямые эксплуатационные;

б) общие эксплуатационные;

в) общехозяйственные;

г) верны а) и в.

3. Затраты, к которым относятся расходы гостиницы на содержание офисной техники:

а) прямые эксплуатационные;

б) общие эксплуатационные;

в) общехозяйственные;

г) верны а) и в)

4. Затраты, к которым относятся расходы предприятия на заработную плату сотрудников отдела продаж:

а) прямые эксплуатационные;

б) общие эксплуатационные;

в) общехозяйственные;

г) верны а) и в).

5. Альтернативные издержки:

а) плановая прибыль организации, полученная на альтернативном рынке;

б) плановая прибыль организации, полученная по альтернативной цене;

в) фактическая прибыль организации, полученная в результате производства и продажи альтернативного товара;

г) упущенная выгода, связанная с выбором производства альтернативного товара по альтернативной цене на альтернативном рынке.

6. Переменные статьи издержек:

а) фактическое значение которых отличается от их нормативного значения;

б) значение которых изменяется прямо пропорционально изменению объемов оказания гостиничных услуг;

в) значение которых учитывается налогообложением только в пределах собственных норм.

7. При увеличении объема выпуска услуг в отчетном периоде постоянные затраты:

а) увеличиваются;

б) уменьшаются;

в) остаются неизменными.

8. Показатели, характеризующие финансовые результаты организации:

а) фондоотдача, производительность труда, коэффициент оборачиваемости оборонных средств;

б) прибыль (убыток) от продаж, чистая прибыль, прибыль до налогообложения;

в) коэффициент абсолютной ликвидности, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент автономии.

9. Показатель, при увеличении которого прибыль от продаж увеличится:

а) себестоимость продаж;

б) объем продаж;

в) коммерческие расходы;

г) управленческие расходы.

10. Понятие рентабельности означает:

а) способность покрыть внешние обязательства;

б) прибыльность, превышение доходов над расходами;

в) независимость от внешних источников;

г) ликвидность.

Тема 3. Бухгалтерский учет и налогообложение бизнеса (8 часов)

Практическое занятие 1

Вопросы к практическому занятию.

1. Формы организации бухгалтерского учета в субъектах малого бизнеса: создание бухгалтерской службы.
2. Сущность, назначение, структура и содержание бухгалтерского баланса организации.
3. Влияние хозяйственных операций на изменения в балансе.

Практические задания

Задание 1.

Определить обороты и остатки по расчетному счету (сальдо конечное):

а) остаток денежных средств на начало месяца составил 134 000 руб.

б) за расчетный месяц проведены следующие хозяйственные операции:

1) получены с расчетного счета и оприходованы в кассе деньги – 500 000 руб.

2) погашена задолженность поставщикам 600 000 руб.

3) перечислено налогов в бюджет 200 000 руб.

4) перечислены денежные средства по месту нахождения подотчетного лица 10 400 руб.

5) поступил аванс платеж от покупателей - 400 000 руб.

6) за расчетный период зачислена на расчетный счет выручка от реализации

1 200 000 руб.

Решение:

51 счет "Расчетные счета"

Дебет	Кредит
Сальдо начальное -	
Оборот	Оборот
Итог	Итог
Сальдо конечное -	

Задание 2

Определить тип изменений статей бухгалтерского баланса, представленного в таблице 1.1.

Таблица 1.1 - Журнал хозяйственных операций за апрель 20__ г.

Дата	Содержание операции	Сумма	Дебет	Кредит	Тип
01.04.	1. Получены денежные средства с расчетного счета в кассу	130 000			
	2. Отпущены со склада в основное производство материалы	110 000			
	3. Приобретены подотчетным лицом картриджи для принтеров	1 200			
07.04.	1.Выдана из кассы зарплата работникам	120 000			
	2. Выдан из кассы аванс на командировку заведующему хозяйством	10 000			
15.04.	1. Получена на р/с задолженность от дебиторов	3 000			
	2. Акцептованы счета субподрядчиков за изготовление продукции	8 000			
21.04.	1. Получен на р/с кредит от ОАО "ВУЗ-банк"	100 000			
	2. Поступили от поставщика материалы	30 000			
30.04.	1. Перечислена с р/с кредиторская задолженность	4 000			
	2. Перечислена с р/с задолженность перед поставщиками	50 000			

Задание 3.

Открыть счета бухгалтерского учета по приведенным ниже данным баланса на 1 марта 20_ г. На каждую статью баланса, по которой в балансе указана сумма, откройте отдельный счет бухгалтерского учета.

Таблица 1.2 – Баланс ООО «Восход» на 01.03. 20__ г.

Наименование статей	Сумма	Наименование статей	Сумма
Нематериальные активы	1420 000	Уставный капитал	1529 000
Топливо	162 000	Добавочный капитал	450 000
Расчетный счет	40400	Долгосрочный кредит	300 000
Финансовые вложения	800 000	Расчеты с поставщиками и подрядчиками	98 400
		Расчеты с рабочими и служащими по оплате труда	45 000
Баланс	2422 400	Баланс	2422 400

Примерные тесты:

1.Что является основным измерителем бухгалтерского учета:

a) натуральный измеритель
b) денежный измеритель
c) трудовой измеритель

2. Двойная запись – это способ:

a) отражения хозяйственных операций на счетах учета
b) обобщения данных бухгалтерского учета для составления бухгалтерской отчетности
c) группировки имущества и обязательств предприятия для составления баланса

3. Не имеет прямого отношения к балансу это понятие:

a) имущество
b) обязательства
c) хозяйственная операция

4. Не относится к обязательствам (не является пассивом баланса) эта задолженность:

a) задолженность покупателей
b) задолженность бюджету
c) задолженность поставщикам

5. Хозяйственная операция “с расчетного счета получены наличные деньги в кассу для выплаты зарплаты” относится к этому типу:

a) изменения только в пассиве баланса (А = П + Х – Х)
b) изменения в активе и пассиве баланса в сторону увеличения (А + Х = П + Х)
c) изменения только в активе баланса (А + Х – Х = П)

6. Баланс показывает:

a) Последовательность выполнения хозяйственных операций в течении отчётного периода
b) Качественный состав источников средств организации
c) Состояние хозяйственных средств и их источников на определённую дату

7. Бухгалтерский баланс — это обобщенное отражение и экономическая группировка активов организации:

a) В натурально-вещественной форме
b) В денежной оценке по их видам и источникам образования на определенную дату
c) В денежной оценке по их видам и источникам образования за определенный период времени

8. Особенностью бухгалтерского баланса является отражение хозяйственных процессов:

a) На начало каждого квартала
b) На 1-е число месяца
c) На 15-е число месяца

9. Баланс является документом:

a) Отчётным
b) Учётным
c) Прогнозным

10. Итог актива баланса должен:

a) Быть больше итога пассива баланса
b) Быть меньше итога пассива баланса
c) Равняться итогу пассива баланса.

Практическое занятие 2

Вопросы к практическому занятию.

1. Собственный капитал и его отражение в балансе организации.
2. Сущность и назначение двойной записи. Синтетический и аналитический учет: значение и взаимосвязь.
3. Виды обязательств и их отражение в балансе организации

Практические задания

Задание 1.

Данные для выполнения задачи. Составить баланс. На 01.09 2022г.

Наименование хозяйственных средств и источников их образования, руб.

1. Расчетные счета 149 000
2. Основные средства 930 000
3. Расчеты по оплате труда 102 000
4. Уставный капитал 870 000
5. Материалы 32 000
6. Касса 1 000
7. Расчеты с поставщиками и подрядчиками 140 000

2. Хозяйственные операции. Отразить проводки в журнале регистрации хозяйственных операций

1. Поступили от поставщиков материалы 46 000
2. Перечислено с расчетного счета в погашение задолженности поставщикам за материалы 140 000
3. Отпущены со склада в производство материалы 35 000
4. Выдано из кассы в под отчет на хозяйственные расходы 460
5. Начислена заработная плата рабочим за производство продукции 40000
6. Зачислен на расчетный счет краткосрочный кредит банка 130 000
7. Поступили с расчетного счета в кассу денежные средства для выплаты заработной платы 102 000
8. Выдана заработная плата работникам организации 102 000
9. Израсходовано подотчетным лицом на производственные цели 450
10. Выпущена из производства и сдана на склад готовая продукция 70 000

2.Журнал регистрации хозяйственных операций

№	Содержание хозяйственной операции	Дебет	Кредит	Сумма
1.	Поступили от поставщиков материалы			
2	Перечислено с расчетного счета в погашение задолженности поставщикам за материалы			
3.	Отпущены со склада в производство материалы			
4.	Выдано из кассы в под отчет на хозяйственные расходы			
5.	Начислена заработная плата рабочим за производство продукции			
6.	Зачислен на расчетный счет краткосрочный кредит банка			
7.	Поступили с расчетного счета в кассу денежные средства для выплаты заработной платы			
8.	Выдана заработная плата работникам организации			
9.	Израсходовано подотчетным лицом на производственные цели			
10.	Выпущена из производства и сдана на склад			

	готовая продукция			

3. Отразить операции в схемах счетов

51-Расчетный счет

Дебет	Кредит
Сальдо начальное –	
Оборот	Оборот
Итог	Итог
Сальдо конечное –	

4. Составить Оборотную ведомость по синтетическим счетам

№ счета	**Сальдо на 01.09.2020г.**		**Обороты за месяц**		**Сальдо на 01.01.2021г.**	
итог						

5. Составить баланс на 01.01.2022г.

Примерные тесты:

1. Суть двойной записи

a) Применяются денежные и натуральные измерители

b) Позволяет выявить сумму капитала и прибыли

c) Каждый факт хозяйственной деятельности отражается дважды по дебету одного счета и кредиту другого

d) Запись хозяйственной операции производится двумя работниками

2. Выбрать вариант, где все счета активные

a) Основные средства, амортизация ОС, амортизация НМА, основное производства

b) Амортизация ОС, материалы, основное производство, готовая продукция

c) Материалы, основное производство, готовая продукция, касса

d) Основное производство, готовая продукция, касса, расчеты с поставщиками

3. Выбрать вариант, где все счета пассивные

a) Расчеты с поставщиками, расчеты по кредитам и займам, расчеты с персоналом по оплате труда, расчеты с подотчетными лицами

b) Расчеты с поставщиками, расчеты по кредитам и займам, уставный капитал, нераспределенная прибыль(непокрытый убыток)

c) Расчеты с персоналом по оплате труда, расчеты с подотчетными лицами, уставный капитал, продажи

d) Расчеты по кредитам и займам, расчеты с персоналом по оплате труда, уставный капитал, резервный капитал

4. Метод двойной записи состоит в следующем:

a) Любая хозяйственная операция отражается в двух ведомостях

b) Любая хозяйственная операция отражается в дебете одного счета и кредите другого счета

c) Любая хозяйственная операция отражается в дебете и кредите одного и того же счета

d) Любая хозяйственная операция дважды отражается в дебете одного и того же счета

5. Сальдо по счету – это…

a) Оборот по кредиту

b) Остаток

c) Сумма оборотов по дебету и кредиту

d) Оборот по дебету

6. Счет, предназначенный для учета хозяйственных средств:

a) Активный

b) Пассивный

c) Активно-пассивный

d) Забалансовый

7. Аналитические счета служат для:

a) подробной характеристики объектов бухгалтерского учета
b) обобщенной характеристики объектов бухгалтерского учета
c) расчетов с покупателями
d) расчетов с дебиторами и кредиторами

8. План счетов бухгалтерского учета - это:

a) совокупность всех счетов, используемых на предприятии;
b) систематизированный перечень счетов и субсчетов;
c) Главная книга организации;
d) рабочий план счетов организации.

9. К источникам собственных средств относятся:

a) Добавочный капитал
b) Валютные счета
c) Сырьё и материалы

10. К источникам заёмных (привлечённых) средств относятся:

a) Прибыли и убытки
b) Расчёты с подотчётными лицами
c) Расчёты с поставщиками и подрядчиками

Практическое занятие 3

Вопросы к практическому занятию.

1. Упрощенная система налогообложения и ее влияния на организацию учетного процесса.
2. Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей и ее влияния на организацию учетного процесса.
3. Применение патентной системы налогообложения.

Практические задания

Задание 1.

Организация, перешедшая на упрощенную систему налогообложения, определила в качестве объекта налогообложения доходы, уменьшенные на расходы. Доходы организации за налоговый период составили 22 500 000 руб., расходы – 14 800 000 руб. В течение налогового периода был уплачены авансовые платежи в сумме 13 100 руб.

Необходимо рассчитать единый налог.

Задание 2.

Организация применяет УСН. Объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов. За 1 квартал текущего налогового периода доходы составили 91987078 руб., расходы 7 354 674 руб. Безвозмездно получено транспортное средство стоимостью 670 000 руб.

Исчислите сумму налога, подлежащую уплате в бюджет.

Задание 3.

ООО «Восход» занимается производством и реализацией сельскохозяйственной продукции. Сумма доходов, учитываемых в целях налогообложения, за год составила 1935 тыс. руб. Расходы, признаваемые для налогообложения, равны 1685 тыс. руб.

Рассчитайте сумму ЕСХН за год.

Задание 4.

Вид деятельности «Оказание автомобильных услуг по перевозке грузов автомобильным транспортом». 1 транспортное средство. Патент на 12 месяцев.

Размер потенциального годового дохода по данному виду деятельности согласно закону края установлен в размере 330 тыс. руб. Определить сумму налога за год.

Примерные тесты:

1. Не в праве, применять упрощенную систему налогообложения:

a) ломбарды;

b) страховщики;

c) индивидуальные предприниматели.

2. Ставки единого налога:

a) 6,5 и 17,5%;

b) 6 и 5-15%;

c) 0 и 18%;

d) 13 и 26%.

3. Организация по УСН представляет декларацию по итогам отчетного периода в сроки:

a) не позднее 25 дней со дня его окончания;

b) не позднее 31 марта года, следующего за отчетным.

4. Сумма минимального налога исчисляется как:

a) 1% суммы доходов;

b) 3% суммы доходов;

c) 5% суммы доходов;

d) 3 или 5% в зависимости от размера доходов.

5. Малые предприятия, перешедшие на упрощенную систему налогообложения, освобождаются от уплаты:

a) таможенных платежей;

b) налога на имущество предприятий;

c) НДС;

d) государственной пошлины;

e) страховых взносов.

6. Ставка ЕСХН равна:

a) 15%;

b) 10%;

c) 6%.

7. Отчетным налоговым периодом по ЕСХН является:

a) квартал;

b) полугодие;

c) месяц.

8. Объект налогообложения по ЕСХН:

a) доходы уменьшенные на величину расхода;

b) прибыль;

c) реализация товаров.

9. Патентная система налогообложения устанавливается:

a) Налоговым кодексом;

b) Гражданским кодексом;

c) ФЗ «О бухгалтерском учете».

10. При патентной системе налогообложения налоговая декларация:

a) Предоставляется;

b) Не предоставляется

Практическое занятие 4

Вопросы к практическому занятию.

1. Особенности применения субъектами малого бизнеса общей системы налогообложения.

2. Налоговые правонарушения и ответственность за них.

3. Налоговый контроль.

Практические задания

Задание 1

Гражданин Селезнев А.С. (резидент) до сентября был безработным, с сентября ему начислена следующая заработная плата:

1. Сентябрь – 28000 руб.;
2. Октябрь – 27100 руб.;
3. Ноябрь – 27600 руб.;
4. Декабрь – 28400 руб.

Гражданин Селезнев А.С. женат, инвалид II группы, на иждивении имеет двоих несовершеннолетних детей.

Определить суммы налога на доходы физического лица за каждый месяц.

Задание 2

Организация получила:

- выручку от реализации товаров - 1275000 рублей;
- выручку от реализации работ - 135000 рублей;
- выручку от оказания услуг - 127350 рублей;
- дивиденды от участия в других организациях - 13000 рублей;
- арендную плату - 32575 рублей;
- имущество на безвозмездной основе стоимостью на основании оценки - 27650 рублей;
- предварительную оплату за реализованный товар по договору – 100000 рублей;
- кредитные средства – 500000 рублей.

Необходимо:

- произвести группировку указанных поступлений;
- рассчитать налог на прибыль организаций.

Задание 3

Организация «Евла» занимается производством и реализацией продукции. В 1 квартале 2022 года организация произвела следующие хозяйственные операции:

- реализовала продукцию по ставке НДС 10% - 660 000 руб., в том числе НДС.
- реализовала продукцию по ставке НДС 20% - 1 680 000 руб., в том числе НДС.
- оплатила счет-фактуру за станок-автомат стоимостью 264 000 руб., в том числе НДС. Станок принят на учет как основные фонды.
- оплатила счет-фактуру за сырье – 840 000 руб., в том числе НДС 20%.
- оплатила счет-фактуру за аренду склада в 1квартале 2022 года- 84 000 руб., в том числе НДС.
- в розничной торговле приобрела книги и бланки за наличный расчет – 819 руб., в том числе НДС. Кассовый чек имеется. По кассовому чеку НДС не выделен.

Рассчитать сумму НДС к уплате в бюджет.

Задание 4

Организация претендует на получение освобождения от исполнения обязанностей налогоплательщика по налогу на добавленную стоимость, начиная с марта месяца. Выручка от реализации без учета НДС составила:

- в декабре – 630,0 тыс. руб.;
- в январе – 600,0 тыс. руб.;
- в феврале – 500,0 тыс. руб.

Подакцизные товары организация не реализует.

Необходимо: определить, вправе ли организация получить освобождение от исполнения обязанностей налогоплательщика по НДС, начиная с марта месяца.

Примерные тесты:

1. Ставки НДС:

a) 0,10,13;
b) 0,13,26;

c) 0,18,26;
d) 0,10,20.

2. Налог на добавленную стоимость принадлежит к группе налогов:
a) прямых реальных;
b) прямых личных;
c) косвенных;
d) таможенных.

3. Носителем НДС является:
a) владелец товара;
b) покупатель товара;
c) продавец товара;

4. При реализации на территории РФ товаров (работ, услуг) за иностранную валюту налог на добавленную стоимость взимается:
a) в рублевом эквиваленте по курсу ЦБ РФ, действующему на день уплаты;
b) в иностранной валюте;
c) в иностранной валюте и рублевом эквиваленте по курсу ЦБ РФ, действующему на день уплаты.

5. Уплата НДС производится:
a) ежеквартально;
b) ежемесячно;
c) на усмотрение налогоплательщика.

6. Налоговым периодом по налогу на прибыль признается:
a) квартал, полугодие, девять месяцев календарного года;
b) календарный год;
c) месяц, 2 месяца, 3 месяца и так далее до окончания календарного года.

7. Что выступает объектом обложения по налогу на прибыль?
a) доходы от реализации и внереализационные доходы;
b) прибыль;
c) валовая прибыль;
d) чистая прибыль.

8. Налогоплательщиками налога на прибыль организаций признаются:
a) российские организации, индивидуальные предприниматели, иностранные организации, осуществляющие свою деятельность в РФ через постоянные представительства;
b) российские организации, иностранные организации, осуществляющие свою деятельность в РФ через постоянные представительства;
c) российские организации, иностранные организации, осуществляющие свою деятельность в РФ через постоянные представительства и (или) получающие доходы от источников в РФ.

9. К доходам относятся:
a) доходы от реализации товаров (работ, услуг) и внереализационные доходы;
b) доходы от реализации товаров (работ, услуг) за минусом расходов;
c) доходы от реализации товаров (работ, услуг) и имущественных прав и внереализационные доходы.

10. Расходами в целях налогообложения признаются:
a) обоснованные и документально подтвержденные затраты. осуществленные налогоплательщиком;
b) обоснованные и подтвержденные первичными бухгалтерскими документами затраты налогоплательщика;
c) обоснованные и документально подтвержденные затраты (убытки), осуществленные налогоплательщиком.

11. Если по каждому виду полученных налогоплательщиком доходов установлены различные ставки, то налоговая база по НДФЛ устанавливается:

a) по максимальной ставке;
b) по каждому виду доходов отдельно.

12. Объектом налогообложения для физических лиц – налоговых резидентов РФ признаются доходы, полученные от источников:
a) в Российской Федерации и за ее пределами;
b) в Российской Федерации;
c) за пределами Российской Федерации.

13. При определении налоговой базы по НДФЛ учитываются доходы, полученные:
a) только в денежной форме;
b) в виде материальной выгоды;
c) денежной и натуральной форме и в виде материальной выгоды.

14. Не подлежат обложению НДФЛ:
a) стипендии студентов вузов;
b) пенсии;
c) доходы, полученные от физических лиц в порядке дарения.

Тема 4. Риск-менеджмент в системе управления бизнес-процессами (2 часа)

Вопросы к практическому занятию.

1. Прокомментируйте взаимосвязь риска и доходности.
2. Перечислите виды риска по признакам:
- по источникам финансирования;
- по методам исследования;
- по финансовым последствиям;
- по признаку системности;
- по уровню потерь;
- по возможности страхования.

3. Раскрыть сущность функции риска и проанализировать их зависимость с характерными чертами.
4. Дайте характеристику критериев используемых при принятии управленческих решений в условиях риска.
5. Охарактеризовать основные виды субъектов риск-менеджмента и раскрыть содержание их функций.
6. Назовите известные вам методы оценки риска.
7. Перечислите группы рисков в бизнес-плане по их характеру воздействия.

Практические задания

Задание 1.

Проведите анализ возможных внутриотраслевых рисков, которые связаны с деятельностью субъекта предпринимательства (задание выполняется на примере организации — объекта прохождения практики). Оцените вероятность наступления этих рисков с учетом предложенной ниже системы оценки рисков.

При выполнении задания исследование риска предлагается проводить в следующей последовательности.

1. Сначала необходимо выявить объективные и субъективные факторы, оказывающие воздействие на тот или иной вид риска.
2. Далее следует изучить и проанализировать выявленные ранее факторы.
3. Затем рекомендуется оценить конкретные виды рисков, определяя рациональность деятельности и степень ее экономической целесообразности.
4. Далее установить допустимый для исследователя уровень риска.
5. Затем проанализировать отдельные составляющие предпринимательской деятельности с учетом установленного ранее допустимого уровня риска.

Результаты анализа могут быть оформлены в виде таблицы.

Задание 2.

Ваша фирма ежемесячно производит 5000 компьютеров. Для того чтобы серьезно противостоять конкурентам, вам предстоит сделать выбор:

1) снизить цену на продукцию на 10%. Тогда прибыль вашей фирмы от продаж каждого компьютера сократиться с 300 у.е. до 200 у.е.;

2) усилить рекламу и увеличить сеть сбытовых организаций. При этом рекламные затраты на единицу продукции возрастут с 100 у.е. до 150 у.е., а сбытовые с 50 у.е. до 120 у.е.

Ваша задача:

1) Определить факторы, которые вы будете учитывать при принятии решения и возможные источники риска;

2) Определить весь перечень возможных альтернатив решения и критерии, на основе которых они принимаются;

3) Провести расчеты прибыльности;

4) Выбрать единственное решение.

Задание 3.

Опишите основные риски, возникающие при организации агротуристической деятельности на территории вашего региона. Предложите программу:

а) нейтрализации выявленных рисков;

б) диверсификации туристического бизнеса.

Задание 4. На примере конкретной организации:

1) оцените степень предпринимательского поведения организации и установите, по каким характеристикам целесообразно изменить стиль поведения;

2) перечислите основные виды рисков, характерные для управления персоналом, а также финансовой, инновационной, маркетинговой, производственной деятельности данной организации. По шкале от 1 до 10 баллов оцените каждый риск в перечисленных функциональных областях и сделайте общий вывод об уровне экономической безопасности организации;

3) предложите программу нейтрализации и (или) минимизации выявленных рисков.

Задание 5.

Начиная с 2020 г., руководитель организации принимает решение о переходе на внутриорганизационный и внешний электронный документооборот путем внедрения соответствующего лицензионного программного обеспечения. Совокупные затраты (стоимость программ, обучение персонала и адаптация систем) составят ориентировочно 1,4 млн руб. Средний возраст сотрудников организации 54 года. Объем внутреннего и внешнего документооборота составляет 130 и 400 документов в день. Назовите и охарактеризуйте потенциальные риски организации. Сформулируйте управленческое решение, направленное на нейтрализацию или минимизацию выявленных рисков.

Задание 6.

В связи с наметившейся устойчивой тенденцией сокращения спроса на выпускаемую продукцию и оказываемые услуги руководитель организации объявил о сокращении численного состава сотрудников всех подразделений на 30 % с первого числа следующего месяца. Обязанности сокращенных сотрудников будут распределены между оставшимися при одновременном увеличении их окладов на 15 %.

1. Охарактеризуйте потенциальные риски для уволенных, оставшихся сотрудников и для руководителя организации.

2. Оцените, каким образом сложившаяся ситуация может сказаться на уровне экономической безопасности организации.

3. Дайте экономическую оценку принятого руководителем решения.

4. Предложите пути минимизации возникших рисков для каждого субъекта.

Примерные тесты:

1.Установить соотношение между функциями субъектов риск – менеджмента и их содержанием:

a)	организация	a)	проверка организации работы по снижению степени риска.
b)	контроль	b)	означает побуждение специалистов к заинтересованности в результате своего труда.
c)	стимулирование	c)	представляет собой воздействие на объект управления,
d)	регулирование	d)	это объединение людей, совместно реализующих программу рискового вложения капитала на основе определенных правил и процедур.

2. Риск выполняет следующие функции:

a) A. инновационную;
b) B. конструктивную;
c) C. ценообразующую;
d) D. историко-генетическую.

3. Риск – это:

a) Ситуация, при которой полностью или частично отсутствует информация о возможных состояниях стохастической экономической системы и внешней среды;

b) Возможность отрицательного отклонения между плановым и фактическим результатом;

c) Поведение экономических субъектов в условиях неопределенности при выборе оптимального решения из числа альтернативных на основе оценок вероятности достижения желаемого результата и степени отклонения от него (положительного или отрицательного);

d) Реализации способности предпринимателя творчески использовать элемент неопределенности в процессе производства или отдельных его моментах для получения добавочной прибыли.

4. Характерные черты риска:

a) предсказуемость;
b) альтернативность;
c) доходность;
d) противоречивость.

5. Соотношение доходности и риска отражаете концепция:

a) «прибыль – убыток»;
b) «доходность – прибыль»;
c) «риск - доходность»;
d) «риск - убытки».

6. В хронологическом порядке указать этапы процесса управления рисками

a) контроль и мониторинг рисков;
b) анализ риска;
c) воздействие на риск;
d) принятие решения;
e) выбор методов воздействия на риски при сравнении их эффективности.

7. Установить соответствие между видами риска и их содержанием:

a)	субъективный	a)	Ошибки в применении методов определения уровня риска из-за недостатка информации либо ее низкого качества, и т.д.
b)	локальный	b)	Связанные с получением предпринимательского дохода от конкретной операции в данной сфере деятельности
c)	специфический	c)	Неразвитые способности к риску; недостаток опыта, образования, профессионализма;
d)	риск на этапе	d)	Риск отдельной фирмы (компании, их структурных звеньев)

принятия решения	

8. Объектами риск-менеджмента являются:

a) рисковые вложения капитала;
b) страховой договор;
c) предприниматель;
d) ошибки в управлении.

9. Диверсификация видов деятельности, сбыта, постановок, инвестиций является методом:

a) Уклонения от риска;
b) Локализации риска;
c) Диссипации риска;
d) Компенсации риска.

10. Основные методы снижения риска:

a) Уклонение от риска;
b) Планирование и контроль;
c) Своевременная информация;
d) Диверсификация и страхование

Тема 5. Управление маркетинговой деятельностью фирмы (8 часов)

Тема 1. Маркетинговая среда фирмы. Маркетинговые исследования рынка

Вопросы к практическому занятию 1:

1. Что понимают под маркетинговой средой фирмы? Какие факторы ее определяют?
2. Маркетинговая информация, понятие, виды, требования, источники
3. Каково значение маркетинговой информации для принятия решений в управленческой деятельности фирмы?
4. Что понимают под маркетинговыми исследованиями? Какие методы сбора и обработки информации используются при маркетинговых исследованиях?
5. Что такое емкость рынка? Почему важно рассчитывать этот показатель?
6. Какие группы факторов учитываются для анализа конкурентной среды в соответствии с моделью анализа 5 сил конкуренции М. Портера?

Практические задания

Задание 1.

1. Укажите факторы маркетинговой среды, которые могут влиять на работу организации.

Индивидуальный предприниматель имеет сеть летних кафе в городе с населением около 100 тысяч человек. У предпринимателя налажены стабильные связи с поставщиками. Предполагается расширение бизнеса, для чего берётся в банке кредит.

Факторы макросреды	Факторы микросреды	Факторы внутренней среды
.....		

2. Дополните перечень факторов внешней среды, действующих на данное предприятие. Оцените по каждому из факторов важность для отрасли; влияние на предприятие; направленность влияния. Рассчитайте интегральную оценку и сделайте выводы.

АО «Мебель» работает на рынке несколько десятилетий, имеет надёжных поставщиков. Продукция предприятия известна в регионе, но в последние годы у него появилось несколько компаний-конкурентов.

Факторы внешней среды	Важность для отрасли (А)	Влияние на организацию (В)	Направленность влияния (С)	Степень важности*(А В С)*
1. Нестабильность рынка				
2. Новые технологии конкурентов				
3. Изменение ставки рефинансирования				

3. Перечислите контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды предприятия.

Компания «Современные Европейские Технологии Авторемонта» («СЕТАвто») образована в 2014 году. Это проект компании «ДЕЛЬТА КОЛОР официального представителя «STA№DOX» (Германия) по продаже лакокрасочных материалов, поставке и обслуживанию оборудования для окраски автомобилей в Санкт-Петербурге и Северо-Западном регионе. Компания предоставляет комплекс услуг по малярно-кузовному ремонт, воссоздаёт заводское покрытие с присущими ему свойствами и качествами. Стратегические цели компании: осуществить успешный запуск производства, наладить контакты с партнерами, добиться отлаженности технологий и действий персонала, добиться высокой производительности труда специалистов по авторемонту и высокого качества работ, зарекомендовать себя как перспективную компанию с большими активами на дальнейшее развитие, занять лидирующую позицию в своем сегменте рынка. Стратегические активы компании: производственные мощности, новое оборудование**,** опытный менеджмент**,** квалифицированные кадры**,** современная компьютерная система, охватывающая все бизнес-процессы.

Задание 2. Расчет емкости рынка

Расчет емкости рынка по методу «Панель Нильсена».

В городе имеется 10 магазинов, торгующих письменными столами. Из них попало в исследовательскую панель и было изучено 3 магазина. Исследование проводилось в течение 6 месяцев. За это время в первом магазине «Мебель» было реализовано письменных столов на общую сумму в 100 т.р. В начале периода исследования на складах магазина имелись письменные столы на сумму в 280 т.р., на конец периода – на сумму в 200 т.р. Второй магазин «Офисная мебель» реализовал продукции на 150 т.р., стоимость складских запасов на начало периода – 200 т.р., на конец периода – 90 т.р. Третий магазин «Мебель для дома»: продажи – 210 т.р., запасы на начало периода – 480 т.р., на конец – 350 т.р. Вычислите емкость рынка по методу индекса исследовательской панели (*метод «Панели Нильсен»*).

Расчет емкости рынка на основе численности населения и уровня потребеления

Рассчитать емкость рынка губной помады по следующим данным: численность потребителей в сегменте –57 тыс. чел.; уровень потребления на душу населения в базисном году составил 9 ед. в год; поправка на эластичность спроса составляет сокращение в 2 ед. на 1% роста цен (по прогнозу в текущем году цены вырастут на 2%).

Емкость рынка в рассматриваемом случае будт определяться по формуле:
$Е=П•(У_п+К_{эл}•Ц\%)$,
П – численность потребителей в сегменте;
$У_п$ – уровень потребления на душу населения в базисном году, ед. на душу населения;
$К_{эл}$ – эластичность в натуральных единицах на 1% изменения цен;
Ц% - процентное изменение цен на товар.

Расчет емкости рынка на основе наличия дефицита товаров.

Определить емкость рынка изделий и целесообразность создания предприятия по их производству в данном регионе.

Исходные данные:

1. Численность потребителей в регионе = 1200 тыс. чел.
2. Норма душевого потребления = 3,5 шт./чел. в год.
3. Мощность местных предприятий = 1200 тыс. шт.
4. Ввоз аналогичных товаров в год = 2000 тыс. шт.
5. Вывоз продукции из региона = 500 тыс. шт.

Емкость рынка (Е) определяется как произведение нормы душевого потребления (№) на численность потребителей в данном регионе (Ч):

Е=№•Ч

Дефицит товара (Д) определяется по следующей формуле:

Д=Е-МП-Вв+Выв,

где Е – емкость рынка, тыс. шт.,

МП – местное производство данной продукции на действующих в регионе предприятиях, тыс. шт.,

Вв – ввоз данной продукции в регион в год, тыс. шт.,

Выв – вывоз ввоз данной продукции в регион в год, тыс. шт.

Расчет емкости рынка, основанный **на учете норм расходов у потребителей**.

Необходимо определить емкость рынка зубной пасты для г. № в течение года. Численность населения города – 10 млн. чел. Норма расхода составляет 20 г пасты в день. Количество пользующихся зубной пастой составляет 80 % от всего населения города.

Примерные тесты:

1. Современный подход к осуществлению маркетинговой деятельности основан на	а) удовлетворении потребностей потребителей через достижение целей компании б) максимальном удовлетворении потребностей потребителей в) получении большей прибыли, чем конкуренты г) достижении целей компании через удовлетворение потребностей потребителей д) комплексном подходе к использованию инструментов маркетинга
2. В теории маркетинга под функциями маркетинга понимают	а) Отдельные виды специализированной деятельности, осуществляемые в процессе маркетинговой деятельности б) Набор маркетинговых средств, которые необходимо увязать друг с другом, чтобы добиться максимально продолжительного воздействия на рынок в) Наиболее значимые положения, требования, которые лежать в основе маркетинга и
3. Маркетинговая среда организации включает:	а) участников и факторы, влияющие на маркетинговую деятельность организации б) отделы маркетинговой службы организации в) информацию, на основе которой работает маркетинг организации г) коммуникационные каналы организации д) референтные группы организации
4. К факторам макросреды фирмы относятся:	а) экономические условия б) природные условия в) демографические данные г) потребители д) возможности компаний-производителей услуг
5. Внешнюю микросреду фирмы формируют:	а) поставщики товаров, ресурсов, б) контактные аудитории, в) посредники г) уровень доходов населения д) половозрастная структура населения
6. Внутренняя среда маркетинга фирмы представлена:	а) поставщиками, персоналом фирмы, уровнем инфляции; б) ресурсами фирмы, потребителями, конкурентами;

	в) производством, конкурентами, контактными аудиториями, потребителями; г) кадрами, организацией управления, финансами, маркетингом.
7. Как показывает практика бизнеса, на факторы микросреды любая фирма	а) Может оказывать определенное влияние б) Может оказывать полное влияние в) Не может влиять г) Может не обращать никакого внимания
8. К методам сбора первичных данных для маркетинговых исследований относится	а) опрос по телефону б) анализ отчетов предыдущих исследований в) анализ баланса фирмы г) изучение специальной литературы
9. К результатам количественных маркетинговых исследований относят	а) мотивы покупки б) емкость рынка в) отношение к информации г) предпочтения покупателей
10. Поисковые маркетинговые исследования направлены на сбор маркетинговой информации, которая позволяет	а) Точно формулировать проблемы б) Выявлять причинно-следственные отношения в) Выявлять мотивы и предпочтения покупателей г) Определять потенциал рынка того или иного товара

Тема 2. Анализ конкуренции

Вопросы к практическому занятию 1:

1. Как вы понимаете выражение: конкуренция - это одновременно и фактор, и следствие маркетинговой деятельности различных компаний?
2. Какие действия включает подготовительная работа к анализу конкурентов?
3. Каков алгоритм проведения анализа конкурентов??
4. Охарактеризуйте возможные источники информации о потенциальных конкурентах.
5. Какие ресурсы можно использовать для выяснения отношения покупателей к продукции конкурентов?
6. Какие группы факторов учитываются для анализа конкурентной среды в соответствии с моделью анализа 5 сил конкуренции М. Портера?

Практические задания

Задание 1. Анализ пяти конкурентных сил по модели М. Портера в отраслях и сферах деятельности

Проанализировать влияние пяти конкурентных сил на предприятие в конкретной отрасли или сфере деятельности.

Последовательность выполнения работы:

1. **Оценка конкурентоспособности продуктового портфеля гостиницы** и уровня конкуренции в гостиничной отрасли предполагает учет экспертами:

а) уровня угрозы со стороны товаров-заменителей (табл. 1);

б) уровня конкуренции внутри гостиничной отрасли (табл. 2);

в) угрозы появления новых конкурентов, способных осуществить передел рынка (табл. 3).

Таблица 1 - Оценка экспертами угрозы со стороны товаров-заменителей

	Оценка параметра, баллы		
Параметр оценки	3	2	1
Товары заменители «цена-качество»	Существуют и занимают высокую долю на рынке	Существуют, но только вошли на рынок и их доля мала	Не существуют

Итоговый балл			

Таблица 2 - Оценка экспертами уровня конкуренции внутри гостиничной отрасли

Параметр оценки	Оценка параметра, баллы		
	3	2	1
Количество конкурентов	Высокий уровень насыщения рынка	Средний уровень насыщения рынка	Небольшое количество конкурентов
Темп роста рынка	Стагнация рынка	Растущий рынок, но с замедлением	высокий
Уровень дифференциации продукта на рынке	Стандартизованный продукт	Стандартизованный продует, но с дополнительными преимуществами	Продукты значительно отличаются
Ограничение в повышении цен	Отсутствуют возможности повышения цен	Возможность повышения цен только в рамках покрытия затрат	Имеется возможность повышения цен для покрытия затрат и повышения прибыли
Итоговый балл			

Таблица 3 - Оценка угрозы появления новых конкурентов

Параметр оценки	Оценка параметра, баллы		
	3	2	1
Экономия на масштабе производства продуктов и услуг	Отсутствует	Присутствует только у нескольких конкурентов	Значима
Наличие крупных конкурентов на рынке	Отсутствуют крупные конкуренты	Два-три крупных конкурента занимают 50% рынка	Два-три крупных конкурента занимают 80% рынка
Дифференциация продукта	Низкий уровень разнообразия продукта	Существуют незначительные ниши	Все возможные ниши заняты конкурентами
Уровень инвестиций и затрат для входа в отрасль	Низкий (окупаются за 2-3 месяца)	Средний (окупаются за 6-12 месяцев)	Высокий (окупаются более чем за 12 месяцев)
Доступ к каналам распределения	Полностью открыт	Требует умеренных инвестиций	Ограничен
Политика правительства	Нет ограничивающих актов	Вмешивается в деятельность отрасли, но на низком уроне	Полностью регламентирует деятельность

Готовность конкурентов к снижению цен	Ни один не пойдет на снижение цен	Крупные конкуренты не пойдут на снижение цен	При выводе дешевого продукта конкуренты снижают цену
Темп роста отрасли	Высокий к растущий	Замедляющийся	Стагнация и падение
Итоговый балл			

2. Оценка рыночной власти покупателей на рынке приведена в табл. 4 и показывает, насколько высок риск потери постоянных клиентов.

Таблица 4 -оценка рыночной власти покупателей на рынке

Параметр оценки	Оценка параметре, баллы		
	3	2	1
Доля клиентов с большим объемом покупки	Более 80% продаж приходится на определенную группу клиентов	На незначительные группы клиентов приходится 50% продаж	Продажи распределяются равномерно по группам клиентов
Склонность к переключению на продукты-заменители	Существуют аналоги продуктов	Продукт частично уникален	Продукт полностью уникален
Чувствительность к цене	Клиент всегда переключается на дешевый продукт	Клиент переключается, но только при значительной разнице в цене	Клиент не чувствителен к цене
Клиенты не удовлетворены качеством продукт»	Неудовлетворенность ключевыми характеристиками	Неудовлетворенность второстепенными характеристиками	Полная удовлетворенность качеством
Итоговый балл			

3. Оценка угрозы для бизнеса со стороны поставщиков по стабильности, надежности и способности к повышению цен (табл. 5).

Таблица 5 - Оценка рыночной власти поставщиков

Параметр оценки	Оценка параметра, баллы	
	2	1
Количество поставщиков	Незначительное количество поставщиков	Широкий выбор поставщиков
Ограниченность ресурсов поставщиков	Ограниченность в объемах	Неограниченность в объемах
Издержки переключения	Высокие издержки переключения	Низкие издержки переключения
Приоритетность направления для поставщика	Низкая приоритетность	Высокая приоритетность

Итоговый балл		

4. Объединение результатов анализа по т. 1—5 в сводном виде и разработка видов работ по улучшению конкурентной позиции предприятия

Таблица 6 - Результаты анализа с предложением по направлениям работ

Параметр угроз	Значение параметра	Описание положения предприятия	Направления работ
Угрозы со стороны товаров-заменителей			
Угрозы внутриотраслевой конкуренции			
Угрозы со стороны новых конкурентов			
Угроза потери текущих клиентов			
Угроза нестабильности поставщиков			

Примерные тесты:

1. Оценка конкурентного положения компании на рынке включает этапы:	а) выбор целевого рынка б) анализ выгод от конкурентной борьбы в) выявление потенциальных конкурентов г) анализ конкурентных возможностей рынка д) сравнительную оценку продукции конкурентов
2. Проведение PEST-анализа предполагает анализ следующих факторов:	а) эко номические, социальные, политические, культурные б) экономические, демографические, политические, технологические в) экономические, социальные, политические, технологические экономические, социальные, географические, политические
3. Среди конкурентных сил М.Портера присутствуют:	а) товары-заменители б) сила менеджмента компании в) сила потребителей в торговле г) сила государственного регулирования
4. Угроза появления новых конкурентов зависит от:	а) товаров, покупаемых в отрасли, составляющих значительную часть приобретений клиента б) уровня барьеров на входе в отрасль в) поставщиков, которые более концентрированы, чем группа производителей, которым они продают свои товары г) товаров, которые производятся в секторах высокой прибыльности д) существования высоких барьеров на выходе из отрасли
5. Может ли маленькая доля для предприятия может быть такой же привлекательной, как и большая?	а) может б) не может
6. Какие конкуренты являются косвенными?	а) предлагают аналогичные товары тем же группам потребителей. б) продают одинаковую продукцию разным потребителям. в) продают различные товары одним и тем же покупателям. г) предлагают разные товары разным покупателям (переход в другую ценовую категорию может сделать их косвенными конкурентами).
7. Какие ресурсы могут дать информацию о	а) социальные сети б) отраслевые рейтинги в) порталы-отзовики

конкурентах?	г) Яндекс.Взгляд д) Google Forms
8. По каким показателям оценивают технологический уровень конкурентов:	а) удобство оформления заказа; б) качество упаковки и отсутствие дефектов; в) информирование по статусу заказа г) использование новых технологий торговли д) развитие мерчандайзинга
9. Результаты SWOT-анализа конкурентов дают возможность определить:	а) сильные и слабые стороны конкурентов б) риски и возможности конкурентов в) производственный потенциал конкурентов г) конкурентные преимущества своего бизнеса д) лояльность потребителей конкурентов
10. Стратегическая группа конкурентов - это:	а) предприятия с близкими позициями на рынке и схожими конкурентными возможностями б) предприятия, реализующие одинаковые стратегии в) предприятия, работающие в одном регионе г) предприятия, обслуживающие тот же рыночный сегмент

Тема 3. Поведение потребителей. Сегментация рынка и позиционирование продукта
Вопросы к практическому занятию 2:

1. Какие факторы оказывают влияние на поведение покупателей?
2. Какие основные группы признаков используются при сегментировании потребительского рынка?
3. Охарактеризуйте особенности стратегий массового, дифференцированного и концентрированного маркетинга.
4. По каким критериям выбирается целевой рынок?
5. В чем сущность позиционирования?
6. Почему дифференциация продукта предшествует его позиционированию?

Практические задания
Задание 1. Заполните таблицу основных признаков сегментации рынка.

Демографические признаки	Географические признаки	Психографические признаки

Признаки сегментации. 1. Возраст. 2. Стиль жизни. 3. Регион. 4. Пол. 5. Личные качества индивида. 6. Уровень дохода. 7. Город или сельская местность. 8. Размер семьи. 9. Плотность населения 10. Профессия. 11. Численность населения. 12. Климат. 13. Социальный слой.

Задание 2. Заполните таблицу методов разработки целевого рынка.

Маркетинговый подход	Недифферен-цированный маркетинг	Концентриро-ванный маркетинг	Дифференциро-ванный маркетинг
Целевой рынок Товар или услуга Цена Товародвижение, сбыт Продвижение Упор в стратегии			

1. Широкий круг потребителей.
2. Ориентация на различные типы потребителей через широкую единую программу маркетинга.

3. Все подходящие средства массовой информации.
4. Все подходящие торговые точки — различные для различных сегментов.
5 Ориентация на два (или более) различающихся рыночных сегмента через различные маркетинговые планы, применяемые к каждому.
6. Все подходящие для выделенной группы потребителей торговые точки.
7. Все подходящие средства массовой информации различные для различных сегментов.
8. Одна хорошо определенная группа потребителей.
9. Отличительные марки товаров или услуг для каждой группы потребителей.
10. Ограниченное число товаров или услуг одной товарной марки для многих типов потребителей.
11. Две (или более) хорошо определенные группы потребителей.
12. Все возможные торговые точки.
13. Средства массовой информации.
14. Ориентация на конкретную группу потребителей через высокоспециализированную программу.
15. Отличительный диапазон цен для каждой группы потребителей.
16. Одна марка товаров или услуг, ориентированная на определенную группу потребителей.
17. Один «общепризнанный» диапазон цен.
18. Один диапазон цен, приспособленный для одной группы потребителей.

Задание 3. Выявление критериев для позиционирования фирмы на рынке

В городе на рынке крепежных изделий действует около 20 организаций, занимающихся производством и продажей различного рода шурупов, дюбелей, анкеров.

Список фирм, торгующих крепежом, включает 12 производителей. Фирма «ХХХ» в качестве своего ближайшего конкурента рассматривает фирму «УУУ».

Торговая фирма «ХХХ» первая начала торговать крепежными изделиями и уже седьмой год на рынке горорда, «УУУ» - пять лет. «ХХХ» имеет сеть из девяти магазинов, «ЦКИ» - из четырех. Ассортимент практически идентичен, ценовая политика по основным группам товаров одинакова. Обе фирмы являются ценовыми лидерами на рынке. Благодаря закупке больших объемов крепежа у производителей и посредников уровень цен в данных фирмах значительно ниже, чем у конкурентов.

Варианты преимуществ, которыми обладает торговая фирма «ХХХ», следующие: - широта охвата (сеть магазинов располагается во всему городу в разных его районах);

- широкий ассортимент;
- высококвалифицированный персонал.

Необходимо выявить критерии для позиционирования, которыми не смогут воспользоваться конкуренты и которые будут важны для потребителей.

Примерные тесты:

1. Для сегментации потребительских рынков используются критерии:	а) географические б) демографические в) социально-экономические г) политико-правовые д) ситуационные
2. Целевой сегмент рынка - это сегмент	а) наиболее соответствующий возможностям организации и особенностям развития рынка б) наиболее однородный в) с наибольшей массой прибыли и наименьшей конкуренцией г) имеющий недоступные для других каналы сбыта д) с наибольшими размерами и темпами роста
3. На выбор стратегии охвата рынка оказывает влияние	а) уровень ресурсов компании б) этап жизненного цикла товара в) мотивация потребителей г) наличие марки д) результаты тестирования рекламы

4. Применение стратегии недифференцированного маркетинга обусловлено	а) небольшими различиями между сегментами рынка б) высоким качеством товара в) высокой интенсивностью конкуренции г) тщательными маркетинговыми исследованиями д) эрозией массового рынка
5. Применение стратегии дифференцированного маркетинга помогает компании	а) повысить объём продаж б) п снизить остроту конкуренции в) обеспечить экономию средств компании г) удовлетворить общие для различных сегментов рынка потребности д) сократить расходы на маркетинговые исследования
6. Применение стратегии концентрированного маркетинга позволяет компании	в) занять более сильную рыночную позицию в обслуживаемом сегменте г) специализироваться в выпуске товара, его распределении и стимулировании сбыта д) удовлетворить общие для различных сегментов рынка потребности е) избежать более высокой, по сравнению с обычным маркетингом, степени риска ж) избежать экспансии более сильных конкурентов
7. Рекламное объявление помещено в определённом журнале. Этот журнал в среднем покупают и / или читают 100 000 человек. Из них 60 000 человек принадлежат к целевой группе, на которую ориентировано данное объявление. Оценки показывают, что эти 60 000 человек составляют около 50% от всей целевой группы. Какое из приведенных ниже утверждений является верным?	а) Покрытие (целевой группы) составляет 50% б) Покрытие (целевой группы) составляет 60%
8. Выбор рыночного сегмента может базироваться на различных критериях. Какие из следующих утверждений являются неверными?	а) чем больше рыночный сегмент, тем больший интерес он представляет для компании б) между сегментами должна быть существенная разница в) должна существовать возможность свободного доступа к сегментам г) компания должна иметь возможность подсчитать потенциальный объём сбыта для сегмента
9. Анализ и учет возможностей предприятия, позволяющие ему выбрать такие характеристики товара, цену и способы его рекламы и продажи, которые обеспечили бы конкурентоспособность товара на рынке	а) дифференцирование б) сегментирование в) позиционирование
10. Основу для позиционирования продукта составляют факторы	е) восприятие продуктов потребителями ж) покупательского поведения потребителей з) поведения потребителей после покупки и) намерения потребителей совершить покупку к) поведения конкурентов

Тема 4. Управление комплексом маркетинга

Вопросы к практическому занятию 4:

1. Дайте определение понятий «товар». Поясните 3-х уровневую модель товара по Ф. Котлеру.

2. Прокомментируйте утверждение: «Потребителя следует спрашивать не о том, какой товар ему нужен, а о том, в чем его проблема сегодня и какие задачи он собирается решать с помощью ваших товаров завтра».

3. Перечислите основные задачи, решаемые с помощью ценовой политики.

4. Какие основные факторы оказывают влияние на процесс формирования конечной цены? Каким образом проявляется данное воздействие?

5. Как может меняться стратегия ценообразования в зависимости от этапа жизненного цикла товара?

6. Понятие, цель, задачи, функции каналов распределения. Причины использования посредников.

7. Виды и уровни каналов распределения

8. Этапы разработки маркетинговых коммуникаций

9. Виды и способы распространения рекламы

Практические задания

Задание 1. Решите задачи

1. Найти процент выполнения плана по объёму продукции и по ассортименту, если известны следующие плановые и фактические данные по выпуску продукции:

Наименование продукции	Выпуск, млн. руб.	
	по плану	фактически
Изделие А	81,45	80,23
Изделие Б	92,73	93,5
Изделие В	44,8	44,8
Изделие Г	-	20,32
Изделие Д	31,6	-
Изделие Е	26,85	47,34

2. Ресторан «Оазис» испытывает финансовые затруднения, из-за чего планирует сократить ассортимент блюд. Рассмотрите ассортимент салатов ресторана и определите, какие три блюда нужно исключить.

Названия блюд	Отпускная цена, руб.	Переменные издержки, руб.	Маржинал. прибыль, тыс. руб.	Объём продаж за отчётный период, шт.	Суммарная маржинал. прибыль, тыс. руб.
«Лунный блюз»	120	15	105	155	
«Цезарь»	120	14	106	140	
«Блейд»	110	12	98	200	
«Последний Самурай»	110	12	98	220	
«Форест Гамп»	100	12	98	240	
«На гребне волны»	100	10	90	245	
«Идальго»	95	10	85	250	
«Астория»	95	8	87	200	

3. Изготовители мягкой мебели внедряют в производство новинку - новый материал. Он практически не возгорается, что препятствует возникновению пожара вследствие непотушенной сигареты или спички. Предложите целевые сегменты рынка для данного товара, а также уточните особенности комплекса маркетинга.

4. Компания «Бытовая химия» корректирует систему скидок на свой основной товар - отбеливатель «Белизна». Цена единицы товара составляет 20 руб., из них 5 руб. - прибыль компании. Затраты, связанные с осуществлением 1 заказа у продавца - 10 000 руб. Общий годовой объем закупок одного покупателя составляет 150 000 штук. Покупатель заказывает партиями по 15 000 шт., стремясь к оптимальной величине заказа.

В каком диапазоне должна находиться скидка, чтобы покупателю было выгодно заказывать 25 000 шт. за 1 раз, и при этом продавец тоже не был в убытке?

5. Выбор канала распределения

Какое решение принять по выбору канала распределения по критерию эффективности? Выбор из трёх альтернатив:

- канал нулевого уровня: расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 150 млн. руб., издержки обращения 100 млн. руб., прибыль от реализации товара – 500 млн. руб.;
- одноуровневый канал (прямые связи с использованием посредника – розничной торговли): издержки обращения – 60 млн., прибыль – 30 млн.;
- двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику): издержки обращения – 40 млн., прибыль – 120 млн.

Для выбора канала распределения по критерию эффективности используют формулу (11.6) отдачи от вложенного капитала (средняя норма прибыли):

$$О = \frac{П}{В_к} \times 100\% ,$$

где О – отдача от вложения капитала, или средняя норма прибыли, %;

П – прибыль, полученная от вложения капитала, руб.;

Вк – величина вложенного капитала, руб.

6. Ознакомьтесь с рекламой автомобилей. Дайте ответы на следующие вопросы:

1. На какой сегмент потребителей направлена реклама?
2. Как вы это поняли?
3. Какими средствами рекламы производитель демонстрирует назначение автомобиля?
4. Каким образом в рекламе делается акцент на основных качествах автомобиля?

Примерные тесты:

1. Товар в реальном исполнении характеризуется посредством	а) качества б) марочного названия в) упаковки г) гарантии д) инструкции е) условий приобретения
2. На этапе жизненного цикла товара «рост» задачами маркетинга являются	а) поиск нового направления по использованию имеющегося имиджа и потенциала б) захват доли рынка у слабых конкурентов, интенсификация маркетинговой деятельности в) создание осведомленности о товаре, укрепление позиции товара и фирмы на рынке г) проникновение вглубь рынка, укрепление приверженности марке
3. Товаром по замыслу для автомобиля марки «LADA Gra№ta I» будет являться	а) малолитражная машина отечественного производства б) послепродажное обслуживание, гарантия в) удобная для женщин машина г) средство передвижения
4. Формирование ценовой политики относится к _____ функции маркетинга	а) управленческой б) исследовательской в) производственной г) сбытовой
5. Политика высоких цен применяется, прежде всего, по отношению к	а) продуктам, имеющим низкий уровень качества б) стандартизированным продуктам при сезонных распродажах в) ситуации, когда доля покрытия постоянных затрат и прибыли окупается большим количеством товара г) продуктам, которые имеют определенный имидж изготовителя, имеющего высокий авторитет у покупателя

6. При интенсивном сбыте распределение происходит	а) по отношению к товарам пассивного спроса б) по отношению к товарам повседневного спроса в) по отношению к товарам предварительного выбора г) через крайне ограниченное количество торговых точек
7. В каналах товародвижения реализуется такая функция, как	а) установление контакта с покупателем б) совершенствование свойств товара в) разработка новой технологии производства **г)** разработка системы внутризаводской транспортировки
8. Виды маркетинговых коммуникаций - это:	а) реклама б) маркетинговые исследования рынка в) проведение опросов г) ярмарки, презентации, выставки
9. Рекламный слоган – это	а) главный аргумент рекламного послания б) рекламный девиз в) любой броский элемент рекламы, привлекающий к ней внимание г) адресная информация рекламного характера д) целевой сегмент
10. Познавательная реакция потребителя на рекламу состоит в	а) формировании отношения к производителю, его товару, марке б) формировании позиции товара в сознании потребителя в) формировании намерений вступить в контакт с фирмой, приобрести ее товар **г)** изменении знаний о фирме, ее товарах и услугах

Тема 6. Бизнес-планирование на предприятии (8 часов).

Практическое занятие 1

Вопросы для практического занятия

1. Понятие предпринимательской идеи. Банк идей.
2. Этапы разработки и реализации предпринимательской идеи: генерирование идеи, деловое проектирование, подготовка бизнес-плана, принятие предпринимательского решения, управление предпринимательским проектом; реализация проекта.
3. Понятие бизнес-плана. Его общая характеристика.
4. Цели составления бизнес-плана.

Практические задания

Задание 1. Заполнить таблицу

Признаки	Стратегическое бизнес-планирование	Оперативное бизнес-планирование
Цель, целевой функционал		
Содержательная характеристика		
Ключевая проблема		
Главная задача		
«Ядро» планирования		
Горизонт планирования		
Предметная область планирования		
Центральные объекты планирования		
Ключевые мероприятия, отражаемые в плане		
Плановые решения: Главное допущение Значение решений для успеха предприятия Сфера особой ответственности Задействованность уровней управленческой иерархии		

Продолжительность действия и частота принятия Ключевые ориентиры для принятия		

Примерные тесты:

1) Выделяют три основных варианта финансирования:

АФинансирование из собственных средств;
Б. Финансирование из заемных средств;
В. Частное финансирование;
Г. Государственное финансирование;
Д. Смешанное финансирование;
1. А,Б,В;
2. А,Б,Г;
3. А,Б,Д;
4. В,Г,Д;
5. Б,В,Г.

2) Бизнес- план имеет следующие два направления:

a) А. Внутреннее и внешнее;
b) Б. Долгосрочное и краткосрочное;
c) В. Стратегическое и тактическое;
d) Г. Техническое и экономическое.

3) Основные цели бизнес плана:

a) А. Обоснование проектных решений в бизнесе, связанных с затратами инвестиционных ресурсов;
b) Б. Детализация стратегических изменений, предусмотренных стратегическим планом предприятия;
c) В. Поиск партнеров по реализации проекта;
d) Г. Поиск источников финансирования;
e) Д. Календарное планирование работ.

4) Целью планирования деятельности организации являются:

a) Обоснование расхода всех видов ресурсов.
b) Определение целей, средств и сил.
c) Определение будущей прибыли.

5) При всех прочих благоприятных характеристиках проект будет принят к реализации только при выполнении следующего условия:

a) Наличие источников финансирования;
b) Получение прибыли, обеспечивающей рентабельность инвестиций не ниже желательного для предприятия уровня;
c) Государственная поддержка.

6). При составлении бизнес-плана используется:

a) Макроэкономические показатели;
b) Бухгалтерская информация;
c) Нормативные документы.

7). Выбрать верное утверждение.

a) Для реализации бизнес-плана важно, чтобы оргструктура управления соответствовала принятой стратегии и кадровой политики предприятия
b) Организационная структура управления не является основанием для разработки штатного расписания
c) Организационная структура управления служит основанием для разработки штатного расписания.

8) Существует ли единая форма бизнес-плана:

a) Да
b) Нет

9). Назначение бизнес-плана состоит в следующем:

a) Верны все варианты.
b) Изучить перспективы развития будущего рынка сбыта
c) Обнаружить возможные опасности;
d) Определить критерии и показатели оценки бизнеса
e) Оценить затраты для изготовления и сбыта продукции.

10) Участниками бизнеса являются:

a) Менеджеры
b) Предприниматели
c) Коллективные потребители продукции
d) Главы государств
e) Государственные органы, когда они выступают непосредственными участниками сделок.

Практическое занятие 2.

Вопросы для практического занятия

1.Основные функции бизнес - планирования.
2.Структура и содержание бизнес-плана.
3. Основные разделы бизнес – плана (резюме; история бизнеса организации).

Практические задания

1. Разработать бизнес идею. Составить резюме бизнес плана. Описать историю бизнеса организации (при наличии действующего бизнеса).

Примерные тесты:

1) Входит ли в структуру бизнес-плана организационный и финансовый планы:

a) Да;
b) Нет;
c) Только организационный;
d) Только финансовый;
e) Только маркетинговый и план производства.

2) Резюме – это

a) краткое изложение основных положений предполагаемого плана, т. е. информация о намечаемом бизнесе и целях, которые ставит перед собой предприятие либо предприниматель, начиная собственное дело или развивая имеющееся.
b) предупреждения всех лиц, о неразглашении содержащейся в плане информации и использовании ее исключительно в интересах фирмы, представившей проект
c) формулировка разделов плана с указанием страниц и выделением наиболее важных пунктов в соответствии с особенностями конкретного проекта.

3) Резюме должно содержать следующие данные:

a) Руководитель предприятия;
b) Идеи, цели и суть проекта;
c) Адрес. Телефон, факс.
d) Особенности предлагаемых товаров (услуг, работ) и их преимущества;
e) Квалификацию персонала;
f) Прогноз спроса, объемы продаж товаров (услуг, работ) и суммы выручки в ближайший период (месяц, квартал, год и т. д.);
g) Планируемую себестоимость продукции и потребность финансирования;
h) Ожидаемую чистую прибыль, уровень доходности и срок окупаемости затрат;
i) Основные факторы успеха (описание способов действий и мероприятий).

4). К функциям стратегического планирования относятся:

a) распределение ресурсов;
b) координация и регулирование.

5). Что относится к числу основных функций бизнес-планирования:

a) Обоснование стратегии и тактики развития предприятия;

b) Планирование, позволяющее оценивать и контролировать процесс развития деятельности предприятия; привлечение денежных средств со стороны (ссуды, кредиты);

c) Привлечение инвесторов и расширение круга предприятий-партнеров, совместно реализующих разработанный проект;

d) Всё вышеперечисленное.

6). Резюме составляют на основе:

a) Данных консультантов;

b) Предварительно собранных материалов;

c) Готовых разделов бизнес – плана.

Практическое занятие 3.

Вопросы для практического занятия

1. Основные разделы бизнес – плана (характеристика объекта бизнеса организации; анализ бизнес-среды организации; план маркетинга).

Практические задания

1. Разработка бизнес плана:

- дать характеристику объекта бизнеса организации;
- провести анализ бизнес-среды организации;
- разработать план маркетинга.

Примерные тесты:

1) Маркетинговый план является:

a) самостоятельным документом

b) структурной частью бизнес-плана.

2) В разделе бизнес-плана «Характеристика объекта бизнеса организации» приводятся следующие сведения:

a) Показатели качества товара

b) Потребности, удовлетворяемые товаром

c) Патентная защищенность

d) Емкость рынка

e) Ценообразование

f) Методы стимулирования продаж.

3) Термином «новый товар» обозначают:

a) Товар, не имеющий аналогов на рынке

b) Старый товар с новым функциональным назначением

c) Товар, с принципиально новыми свойствами

d) Товар, схожий с товарами-аналогами

4). Основанием для начала работы над бизнес-планом является:

a) Бизнес-идея;

b) Низкий объем продаж;

c) Отсутствие прибыли;

d) Желание иметь свое дело.

5). Результата анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий её развития, это:

a) Стратегическое планирование;
b) Стратегия;
c) SWOT-анализ;
d) Стратегическое управление.

6). Маркетинговая (ые, ое) … – это систематическая работа по анализу требований рынка, конкурентов и покупателей, а также по реализации ее результатов в производственной программе фирмы:

a) Деятельность;
b) Планирование;
c) Исследования.

Практическое занятие 4.
Вопросы для практического занятия

1. Основные разделы бизнес – плана (производственный план; организационный план; финансовый план; оценка и страхование риска).

Практические задания

1.Разработка бизнес плана:
- разработать производственный план;
- разработать организационный план;
- разработать финансовый план:
- дать оценку риска.

Примерные тесты:

1) В финансовом плане необходимо отразить следующие разделы:

А. Прибыль;
Б. Цены на продукцию;
В. Денежный поток;
1. Верно только А
2. Верно только Б
3. Верно только В
4. Верно А и Б
5. Верно А и В
6. Верно Б и В.

2) Предпринимателям и менеджерам финансовый план показывает:

a) Какое соотношение запланированных доходов от продаж и ожидаемых расходов;
b) На какую прибыль можно рассчитывать в результате осуществления проекта и реализации выбранной стратегии;
c) Когда и откуда ожидается поступление денежных средств;
d) Каким будет финансовое положение предприятия к концу года;
e) Все ответы верны.

3) Потенциальным инвесторам(кредиторам) финансовый план позволяет получить ответы на вопросы:

А. Сколько реально потребуется денежных средств;
Б. На получение какой прибыли можно рассчитывать;
В. Какова экономическая эффективность проекта;
1. Верно А и Б;
2.Верно А и В;
3. Верно Б и В
4. Верно А
5. Верно А, Б, В.

4) Финансовый раздел бизнес-плана включает в себя разработку трех основных документов:

А. План прибылей и убытков;
Б. Реестр цен;

В. План денежных потоков;
Г. Баланс;
1. А,Б, В;
2. А,В,Г;
3. Б,В,Г;
4. Нет правильного ответа;
5. Все ответы верны.

5) Риск - это:

a) «Вероятность того, что произойдет какое-нибудь неблагоприятное событие»;
b) Опасность, незащищенность от потерь или ущерба;
c) Вероятность (угроза) потери предприятием части своих ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления проекта;
d) Верно 2 и 3;
e) Все варианты ответа верны.

6) Виды рисков:

А. Производственный риск;
Б. Коммерческий риск;
В. Рыночный риск;
Г. Инфляционный риск;
Д. Финансовый риск;
Е. Научно-технический риск;
Ж. Политический риск;
З. Внешнеэкономический риск;
И. Чистый риск;
1. А,В,Д,Ж,И;
2. Б,Г,Е,З;
3. А,Б,В,Ж,Е,З;
4. А,Б,В,Г,Д,Е,Ж,З,И;
5. Б,В,Д,Е,З.

7) Риск, связанный с падением спроса на продукт, колебаниями курса валют, неопределенностью действий конкурентов и т.д.:

a) Производственный риск;
b) Коммерческий риск;
c) Рыночный риск;
d) Инфляционный риск;
e) Финансовый риск.

8) Риск, связанный с убытками от пожаров, несчастных случаев, катастроф и других стихийных бедствий:

a) Финансовый риск;
b) Научно-технический риск;
c) Политический риск;
d) Внешнеэкономический риск;
e) Чистый риск.

9) Баланс в финансовом плане составляется на конец первого года и характеризует:

А. Активы и пассивы фирмы;
Б. Средства, вложенные в развитие производства самим предпринимателем и его партнерами;
В. Нераспределенную прибыль;
1. Только А;
2.Только Б;
3. Только В;

4. А и В;
5. А,Б,В.

Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 31.07.2025)
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 28.11.2025)
4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 30.01.2026)
5. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 31.07.2025) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"
6. Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ (ред. от 29.12.2025) "О несостоятельности (банкротстве)"
7. Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ (ред. от 31.07.2025) "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей"
8. Федеральный закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ (ред. от 28.12.2025) "Об обществах с ограниченной ответственностью"
9. Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ (ред. от 25.09.2025) "Об акционерных обществах"
10. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 15.12.2025) "О бухгалтерском учете»
11. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 29.09.2025) "О рекламе"
12. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 18.12.2025) "О защите прав потребителей"
13. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 24.06.2025) "О защите конкуренции"
14. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 № 94н (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению"
15. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 (ред. от 17.05.2024) "Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации"

Основная литература

1. Котлер Ф. Основы маркетинга: ученик. – Санкт-Петербург.: Диалектика, 2020. – 752с.
2. Кузьмина, Е. Е. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие для вузов / Е. Е. Кузьмина. - 4-е изд., перераб. и доп. -Москва : Издательство Юрайт, 2024. -455 с.
3. Морозов, Г. Б. Предпринимательская деятельность : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Б. Морозов. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2025. - 457 с.
4. Разумовская, Е. В. Предпринимательское право : учебник для среднего профессионального образования / Е. В. Разумовская. - 3-е изд., перераб. и доп. -

Москва : Издательство Юрайт, 2025. - 272 с.
5. Синяева, И. М. Маркетинг в предпринимательской деятельности : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. проф. Л. П. Дашкова. - 6-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 266 с.
6. Турчаева, И. Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски : учебник и практикум для вузов / И. Н. Турчаева, Я. Ю. Таенчук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 157 с.
7. Экономика предприятия : учебник для вузов / С. П. Кирильчук [и др.] ; под общей редакцией С. П. Кирильчук. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2025. - 458 с.

Дополнительная литература

8. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Лопарева. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2025. - 273 с.
9. Экономика и организация автотранспортного предприятия : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. В. Будрина [и др.] ; под редакцией Е. В. Будриной. - Москва : Издательство Юрайт, 2025. - 301 с.
10. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2025.- 478 с.
11. Налоги и налогообложение : учебник для вузов / Л. Я. Маршавина [и др.] ; под редакцией Л. Я. Маршавиной, Л. А. Чайковской, Г. Н. Семеновой. - 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 526 с.

Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Стратегическое управление и планирование. Режим доступа: http://www.stpla№.ru/
2. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. Режим доступа: https://mi№fi№.gov.ru/
3. Официальный сайт. Режим доступа: http://gover№me№t.ru
4. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. Режим доступа: https://№alog.gov.ru/r№77/
5. Цифровая платформа МСП – сервисы для бизнеса. Режим доступа: https://мсп.рф/?utm_
6. Научная электронная библиотека. Режим доступа: http://www.eLIBRARY.ru.
7. Электронная библиотечная система ЭБС «IPRbooks». Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/
8. Электронно-библиотечная система издательства ЮРАЙТ. Режим доступа: www.biblio-o№li№e.ru

Справочные системы

1. Консультант плюс Режим доступа: http://www.co№sulta№t.ru/
2. Гарант Режим доступа: https://www.gara№t.ru/

При подготовке к итоговой аттестации слушатели используют нормативно-правовые документы, Основную и дополнительную литературу, указанные по каждой теме дисциплины, Интернет-ресурсы и компьютерную справочно-правовую систему «Консультант-Плюс».

4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

По ДПП повышения квалификации «Предприниматель. Управление бизнесом» (144 ак.ч.) вид итоговой аттестации - тестирование.

Примерные тестовые задания к итоговой аттестации
по программе повышения квалификации
«Предприниматель. Управление бизнесом»

1. Принципами предпринимательства является:…
a) свободное распределение прибыли;
b) организация единого экономического пространства на всей территории РФ;
c) срочность, платность и возвратность кредитов;
d) свободный выбор деятельности на добровольной основе.

2. Местными налогам, уплачиваемыми предпринимателями являются:…
a) земельный налог;
b) Налог на добавленную стоимость;
c) Налог на игорный бизнес;
d) налог на рекламу.

3. Функции бизнес – плана:…
a) обоснование прогноза развития производства;
b) комплексное исследование рынка;
c) анализ экономической ситуации в стране;
d) координация деятельности поставщиков.

4. Система продажи лицензий на технологию и товарный знак – это:…
a) франчайзинг;
b) факторинг;
c) лизинг;
d) венчурный капитал.

5. Этапы развития стартапа:
a) pre-seed;
b) альфа-версия;
c) проекция;
d) гамма-версия.

6. Свод информации о стоимости имущества и обязательствах организации, представленный в табличной форме называют:
a) бухгалтерский баланс;
b) бизнес- план;
c) отчет о прибылях и убытках;
d) инвентаризационная ведомость.

7. Субъекты малого и среднего предпринимательства могут использовать следующие специальные режимы налогообложения:
a) единый налог на вменный доход;
b) упрощённая система налогообложения;
c) патентная система налогообложения;
d) налог на профессиональный доход.

8. Маркетплейсы выполняют следующие задачи:
a) обеспечивать продвижение товаров.
b) проводить оценку целевой групп;
c) делать сайт и поиск товаров удобными.
d) увеличивать продажи селлеров.

9. Срок регистрации ИП в налогов органе составляет:
a) 5 дней;
b) 3 дня;
c) 14 дней;
d) На усмотрение налогового органа.
e)
10. Документы могут быть переданы в налоговую инспекцию:
a) лично;
b) по почте с объявленной ценностью и описью вложения;
c) с помощью сервиса: «Подача заявки на государственную регистрацию индивидуальных предпринимателей и юридических лиц»;
d) официальным представителем организации.

11. Оборотные средства организации:
а) совокупность денежных средств в запасах, производстве и обращении;
б) средства, вложенные в финансовые активы;
в) денежные средства, находящиеся на расчетных счетах;
г) капитальные вложения.

12. Оборачиваемость оборотных средств:
а) средства, которые находятся в обращении в составе нормируемых и ненормируемых оборотных средств;
б) последовательное пребывание оборотных средств в сфере производства и сфере обращения;
в) средства, обеспечивающие производство продукции, выполнение работ или оказание услуг;
г) денежные средства в незавершенном производстве.

13. Оборотные производственные фонды:
а) совокупность нормируемых и ненормируемых оборотных средств;
б) фонды производства и фонды обращения;
в) денежные средства, находящиеся в производственных запасах и в процессе производства;
г) средства, находящиеся в обращении.

14. Незавершенное производство и полуфабрикаты собственного изготовления:
а) сырье и материалы, находящиеся на хранении;
б) материалы и оборудование рабочего места;
в) материалы и комплектующие, списанные в производство;
г) инструменты и приспособления на рабочих местах.

15. Оборотные производственные фонды и фонды обращения организации:
а) основа производства организации;
б) оборотные и основные производственные фонды организации;
в) оборотные производственные фонды и готовая продукция;
г) оборотные средства организации.

16.Методы планирования прибыли включают:
а) метод прямого счета;
б) параметрический метод;
в) балансовый метод;
г) индексный метод.

17. Прибыль, которая представляет собой разницу между выручкой от реализации и затратами на производство и реализацию в составе себестоимости продукции, — это:
а) валовая прибыль;
б) прибыль до налогообложения;
в) прибыль от реализации продукции;
г) выручка от реализации продукции.

18. Показатель эффективности деятельности организации, который отражает эффективность затрат на производство и реализацию продукции, — это:
а) фондоотдача;
б) рентабельность;
в) материалоотдача;
г) себестоимость.

19. Рентабельность продаж — это отношение:
а) чистой прибыли к собственному капиталу;
б) прибыли от продаж к себестоимости продукции;
в) прибыли от продаж к выручке от продаж;
г) чистой прибыли к выручке от продаж.

20. Показатель, который характеризует эффективность использования имущества организации, — это рентабельность:
а) продукции;
б) продаж;
в) активов;
г) собственного капитала.

Шкала оценивания тестового задания

Количество правленных ответов (%)	**Оценка**
60-100%	Зачтено
50-0%	не зачтено

Приложение 1

Сведения о профессорско-преподавательском составе и ведущих специалистах

Ф.И.О. преподавателя / ведущего специалиста	Специальность, присвоенная квалификация по диплому	Дополнительн/ая/ые квалификаци/я/и	Место работы, должность, основное / дополнительное место работы	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности/по дополнительной квалификации	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой дисциплины / темы (модуля), практики / стажировки (при наличии) по данной программе
						Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Гусельщикова Надежда Бениаминовна	«Санкт-Петербургская государственная инженерно-экономическая академия» по специальности «Экономика и управление на предприятии сферы сервиса», квалификация «Экономист-менеджер», 1999г.	Финансовая грамотность в информатике № 000840 УПК-РАНХиГС-ИУРР 21.12.2018 Использование СДО в образовательном процессе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (ЭО и ДОТ) № 006473 УПК-РАНХиГС-27 27.03.2020 Инклюзивная политика и инклюзивная практика в вузе № 59535 15.12.2021 Электронная информационно-образовательная среда образовательной организации (ЭИОС), ФГБОУ ВО РАНХиГС, № 0000078330 26.01.2023	Северо-Кавказский институт-филиал РАНХиГС, доцент кафедры экономики и финансового права, кандидат экономических наук	Канд. экон. наук, доцент	33 г. 11 мес.	19 л. 6 мес.	19 лет 6 мес.	Тема 3. Бухгалтерский учет и налогообложение хозяйствующих субъектов Тема 6. Бизнес-планирование на предприятии

Сорокина Оксана Владимировна	Северо-Кавказская академия государственной службы, специальность – государственное и муниципальное управление, квалификация – «Менеджер», 2001.	Использование СДО в образовательном процессе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (ЭО и ДОТ) № 003536 УПК-РАНХиГС-27 27.03.2020 Методика и технология организации дистанционного обучение в ВУЗе №2643 02.03.2020 Управление педагогическими конфликтами в непрерывном образовании: актуальные практики №39543 16.12.2020 Оказание первой доврачебной помощи пострадавшим №А-2826 01.04.2021 Инклюзивная политика и инклюзивная практика в вузе № 59570 15.12.2021 Повышение квалификации, Преподавание макроэкономики студентам, обучающимся по направлению «Экономика», ФГБОУ ВО РАНХиГС, 2022 Электронная информационно-образовательная среда образовательной организации (ЭИОС), ФГБОУ ВО РАНХиГС, № 00000802 26.01.2023	Северо-Кавказский институт-филиал РАНХиГС, доцент кафедры экономики и финансового права, кандидат экономических наук	Канд. экон. наук	22 л.	20 л.	19 л.	Тема 1. Организация и создание собственного дела Тема 2. Планирование экономических процессов на предприятии Тема 4. Риск-менеджмент в системе управления бизнес-процессами

Локтионова Оксана Владимировна	ГОУ ВПО Северо-Кавказская академия государственной службы, маркетинг, квалификация маркетолог менеджер	Электронная информационно-образовательная среда образовательной организации (ЭИОС), ФГБОУ ВО РАНХиГС, № 00000806 26.01.2023	ООО «Веста», маркетолог		14 л.	5 г.	5 г.	Тема 5. Управление маркетинговой деятельностью фирмы