



УТВЕРЖДЕНО:
Советом филиала
ФГБОУ ВО «РГУТиС» в г. Махачкале
Протокол №11 от «27» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

***Б1.В.ДВ.1.1 КОМПЛЕКСНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ (ОРГАНИЗАЦИЙ)***

**основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата**

**по направлению подготовки: 38.03.01 Экономика
направленность (профиль): Экономика предприятий и организаций**

Квалификация: бакалавр

Год начала подготовки: 2019

Разработчик:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.э.н. Бахишев С.Д.</i>

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.э.н. Бахишев С.Д.</i>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 2 из 115
--	--	--

1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Дисциплина «Комплексный экономический анализ деятельности предприятий (организаций)» является дисциплиной по выбору вариативной части программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.01 "Экономика", профиль: Экономика предприятий и организаций.

Изучение дисциплины «Комплексный экономический анализ деятельности предприятий (организаций)» базируется на таких дисциплинах, как: «Бизнес-планирование», «Социально-экономическая статистика», «Управление недвижимостью», «Маркетинг», «Управление человеческими ресурсами», «Экономика и предпринимательская деятельность предприятий (организаций)», «Экономика, нормирование и оплата труда на предприятии (организации)»; «Основы бухгалтерского учета и аудита». На основе данной дисциплины проводится изучение следующих дисциплин «Разработка управленческих решений на предприятии (в организации)», «Управление недвижимостью». В свою очередь, элементы комплексного экономического анализа должны присутствовать в отчетах по производственной и преддипломной практик. Выпускные квалификационные работы также базируются на знаниях дисциплины «Комплексный экономический анализ деятельности предприятий (организаций)». Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с оценкой финансового положения и финансовых результатов организаций и анализом влияющих на них факторов.

Целью изучения дисциплины «Комплексный экономический анализ деятельности предприятий (организаций)» – дать студентам теоретические знания в области экономического анализа деятельности предприятий и практические навыки по его выполнению для их успешной последующей работы в сфере приложения данной дисциплины.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК- 2 - способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;

ОПК 3 - способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы;

ПК 2 - способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов;

Общая трудоемкость освоения дисциплины для очной формы обучения составляет 20 зачетных единиц, 720 часов. Преподавание дисциплины ведется на 3 и 4 курсах в 5-8 семестрах продолжительностью 18 недель (5 семестр, 6 семестр, 7 семестр) и 7 недель – 8 семестр Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия(148 часов), практические занятия (202 часа), самостоятельная работа студента (354 часа), групповые консультации (8 часов), промежуточная аттестация (8 часов) и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия (в том числе, в виде обсуждения докладов и решения практических задач), самостоятельная работа обучающихся, групповые консультации.

Общая трудоемкость освоения дисциплины для заочной форме обучения составляет 20 зачетных единиц, 720 часов. Преподавание дисциплины ведется на 3 и 4 курсах в 5-8 семестрах продолжительностью 18 недель (5 семестр, 6 семестр, 7 семестр, 8 семестр) и 7 недель – 9 семестр. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия(48 часов), практические занятия (58 часов), самостоятельная работа студента

(594 часа), групповые консультации (10 часов), промежуточная аттестация (10 часов) и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия (в том числе, в виде обсуждения докладов и решения практических задач), самостоятельная работа обучающихся, групповые консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля для очной формы обучения :

- текущий контроль успеваемости в форме тестирования и контрольных работ;
- промежуточный контроль в форме зачета (5, 7семестр), письменного экзамена (6, 8 семестры).

Программой предусмотрены следующие виды контроля для заочной формы обучения:

- текущий контроль успеваемости в форме тестирования и контрольных работ;
- промежуточный контроль в форме зачета (5, 7семестр), письменного экзамена (6, 8, 9 семестры).

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1.	ОПК-2	способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач
2.	ОПК-3	способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы
3	ПК-2	способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Комплексный экономический анализ деятельности предприятий (организаций)» является дисциплиной по выбору вариативной части программы по направлению подготовки 38.03.01. «Экономика».

Успешное изучение дисциплины «Комплексный экономический анализ деятельности организаций (организаций)» предполагает опору на ранее полученные знания в ходе изучения различных дисциплин, таких как: «Бизнес-планирование», «Социально-экономическая статистика», «Управление недвижимостью», «Маркетинг», «Управление человеческими ресурсами», «Экономика и предпринимательская деятельность предприятий (организаций)», «Экономика, нормирование и оплата труда на предприятии (организации)». На основе данной дисциплины проводится изучение следующих дисциплин: «Разработка управленческих решений на предприятии (в организации)», «Управление недвижимостью». В свою очередь, элементы комплексного экономического анализа должны присутствовать в отчетах по производственной и преддипломной практик.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 20 зачетных единиц/ 720 акад.часов.

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Для очной формы обучения.

Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
		5	6	7	8
1.Контактная работа обучающихся	366	92	92	110	72
в том числе:					
1.1.Занятия лекционного типа	148	34	34	52	28
1.2.Занятия семинарского типа, в том числе:	202	54	54	54	40
Семинары					
Лабораторные работы					
Практические занятия	204	54	54	54	40
1.3.Консультации	8	2	2	2	2
1.4. Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	8	зачет 2	экзамен 2	зачет 2	экзамен 2
2. Самостоятельная работа	354	52	52	106	144
3. Общая трудоемкость: час	720	144	144	216	216
з.е.	20	4	4	6	6

Для заочной формы обучения

Виды учебной деятельности	Всего	Семестр				
		5	6	7	8	9
1.Контактная работа обучающихся	126	16	20	28	26	36
в том числе:						
1.1.Занятия лекционного типа	48	6	8	10	10	14
1.2.Занятия семинарского типа, в том числе:	58	6	8	14	12	18
Семинары						
Лабораторные работы						
Практические занятия	58	6	8	14	12	18
1.3.Консультации	10	2	2	2	2	2
1.4. Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	10	зачет 2	экзамен 2	зачет 2	экзамен 2	Экзамен 2
2. Самостоятельная работа	594	92	88	116	190	108
3. Общая трудоемкость, час.	720	108	108	144	216	144
з.е.	20	3	3	4	6	4



5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
1-4	Раздел 1. Теоретические основы комплексного экономического анализа	1.1. Сущность и значение комплексного экономического анализа (КЭА)	4	лекция	6	Обсуждение докладов			4	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала
		1.2. КЭА в разработке и мониторинге планов предприятия (организации)	4	лекция	6	Решение практических задач			4	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
5		1-ая контрольная точка			2	тестирование			4	Подготовка к тестированию
6-9		1.3. Стратегический и маркетинговый анализ в системе КЭА	4	лекция	6	Решение практических задач			4	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала. Подготовка к текущему контролю успеваемости -тестированию
10		2-ая контрольная точка			2	тестирование			4	Подготовка к тестированию



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
11-14	Раздел 2. Анализ обеспеченности предприятия производственными ресурсами	2.1. Анализ технико-организационного уровня предприятия (организации)	4	лекция -	6	Решение практических задач			4	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
		2.2..Анализ внеоборотных активов предприятия (организации)	6	лекция	6	Решение практических задач			4	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
14		3-ая контрольная точка			2	тестирование			4	Подготовка к тестированию
15-18		2.3.Анализ материальных ресурсов предприятия (организации)	6	лекция	6	Решение практических задач			4	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»**

СМК РГУТИС

Лист 8 из

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
		2.4. Анализ трудовых ресурсов	6	лекция	6	Решение практических задач			4	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
18		4-ая контрольная точка			6	Групповой (индивидуальный) проект			12	Подготовка к защите группового (индивидуального) проекта
		Консультации					2			
		Промежуточная аттестация – Зачет - 2 часа								
		6 семестр								



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
1-4	Раздел 3. Анализ объема производства	3.1. Анализ производства продукции (услуг)	4	лекция	6	Решение практических задач			4	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.
		3.2 Анализ объема реализации продукции (услуг)	4	лекция	6	Решение практических задач			4	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала. Подготовка к тестированию
5		1-ая контрольная точка			2	Тестирование,			2	Подготовка к тестированию
6-9		3.3 Анализ качества продукции (услуг)	4	лекция	4	Решение практических задач			4	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам.
		3.4..Анализ качества обслуживания	4	лекция	4	Решение			4	Подготовка к практическому занятию,



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
						практических задач				предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам.
10		2-ая контрольная точка			2	Тестирование			2	Подготовка к тестированию
11-14	Раздел 4. Анализ себестоимости и финансовых результатов	4.1 Анализ себестоимости продукции (услуг)	4	лекция	6	Решение практических задач			4	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, решение задач
		4.2 Анализ прибыли	4	лекция	6	Решение практических задач			4	Изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, решение задач
		4.3.Анализ доходов предприятия (организации)	4	лекция	4	Решение практических задач			4	Изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, решение задач
15		Контрольная точка 3			2	тестирование			4	Подготовка к тестированию



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
15-18		4.4. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия (организации)	4	лекция	4	Решение практических задач			4	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, решение задач
		4.5. Анализ эффективности хозяйственной деятельности предприятия (организации)	2	лекция	4	Решение практических задач			4	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, решение задач
18		Контрольная точка 4			4	Групповой (индивидуальный) проект			8	Подготовка к защите группового (индивидуального) проекта
		Консультации					2			
		Промежуточная аттестация – Экзамен - 2 часа								



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
7 семестр										
1-4	Раздел 1. Понятие, сущность и виды стратегического анализа	1.1 Сущность и особенности стратегического анализа	6	лекция	4	Обсуждение докладов			8	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
		1..2. Виды и методы стратегического анализа	6	лекция	4	Обсуждение докладов			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка презентаций, докладов по основному материалу.



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
4		1-ая контрольная точка			2	тестирование			8	Подготовка к текущему контролю
5-8	Раздел 2. Анализ макроокружения	2.1.Основные составляющие макроокружения	6	лекция	6	Обсуждение докладов			8	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
		2.2.Методы анализа макроокружения	8	лекция	6	Решение практических задач			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
8		2-ая контрольная точка			2	Аудиторное тестирование			10	Подготовка к тестированию
9-13	Раздел 3 Анализ конкурентов	3.1. Элементы конкурентной среды	6	лекция	6	Обсуждение докладов			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
		3.2. Силы конкуренции и их анализ	6	лекция	6	Решение практических задач			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.
		3.3. Методы анализа конкурентов	6	лекция	6	Решение практических задач			8	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам.
14		Контрольная точка 3			2	Аудиторное			10	Подготовка к тестированию



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
						тестирование				
14-17	Раздел 4 Анализ внутренней среды	4.1. Внутренняя среда предприятия и ее составляющие	8	лекция	6	Решение практических задач			8	Подготовка к практическому занятию
18		4-ая контрольная точка			4	Групповой (индивидуальный) проект			14	Подготовка группового проекта по предложенным темам
		Консультации					2			



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения								
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия					
		Промежуточная аттестация – Зачет - 2 часа									
8 семестр											
1-2	Раздел 1 Маркетинговый анализ деятельности предприятия (организации)	1.1.Анализ рынка	4	лекция	6	Решение практических задач			20	.Подготовка к текущему контролю успеваемости	
		1-ая контрольная точка			2	Аудиторное тестирование			12	Работа в ЭБС, подготовка к тестированию.	
3-4		1.2.Анализ потребителей	4	лекция	4	Решение практических задач			18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.	



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
		2-ая контрольная точка			2	Аудиторное тестирование			12	Подготовка к тестированию
5-6		1.3..Анализ товарной политики	4	лекция	4	Решение практических задач			18	Подготовка к текущему контролю успеваемости
		3-ья контрольная точка			2	Аудиторное тестирование			12	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.
7-10		1.4. Анализ продвижения	4	лекция	4	Решение практических задач			12	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.. Подготовка материала к групповому проекту

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
32/6		1.5. Анализ коммуникационной политики 1.6. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности	4 8	лекция лекция	4 6	Решение практических задач			18	Подготовка к защите группового (индивидуального) проекта
		4-ая контрольная точка			6	Групповой (индивидуальный) проект			22	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.
		Консультации					2			
		Промежуточная аттестация – Экзамен - 2 часа								

Для заочной формы обучения:

Но	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения
----	----------------------	---	--



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»**

СМК РГУТИС

Лист 19 из

			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
1-4	Раздел 1. Теоретические основы комплексного экономического анализа	1.1. Сущность и значение комплексного экономического анализа (КЭА)	1	лекция	0,5	Обсуждение докладов			12	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала
		1.2. КЭА в разработке и мониторинге планов предприятия	1	лекция	0,5	Обсуждение докладов			10	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
5		1-ая контрольная точка			0,5	тестирование			10	Подготовка к тестированию
6-9		1.3. Стратегический и маркетинговый анализ в системе КЭА	1	лекция	0,5	Решение практических задач			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
10		2-ая контрольная точка			0,5	тестирование			10	Подготовка к текущему контролю успеваемости -тестированию
11-14	Раздел 2 Анализ обеспеченности предприятий и (организациями) производственными ресурсами	2.1. Анализ технико-организационного уровня предприятия (организации)	1	лекция	0,5	Решение практических задач			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
		2.2..Анализ внеоборотных активов предприятия		лекция	0,5	Решение практических задач			10	Подготовка к тестированию
14		3-ая контрольная точка			1	тестирование				

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
15-18		2.3. Анализ материальных ресурсов предприятия 2.4. Анализ трудовых ресурсов	2	лекция	0,5	Решение практически х задач			10	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
18		4-ая контрольная точка			1	Групповой (индивидуальный) проект			10	Подготовка к защите группового (индивидуального) проекта
		Консультации					2			
		Промежуточная аттестация – Зачет - 2 часа								
		6 семестр								



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
1-4		3.1. Анализ производства продукции (услуг) 3.2 Анализ объема реализации продукции (услуг)	1	лекция	1	Решение практически х задач			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.
5		1-ая контрольная точка			1	Тестирование			8	Подготовка к тестированию
6-9		3.3 Анализ качества услуг (продукции)	1	лекция	0,5	Решение практически х задач			8	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам.
		3.4 Анализ качества обслуживания	1	лекция	0,5	Решение практически х задач			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, решение задач



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
10		2-ая контрольная точка			1	Тестирование			10	Подготовка к тестированию
11-14	Раздел 4. Анализ себестоимости и финансовых результатов	4.1 Анализ себестоимости продукции (услуг)	2	лекция	1	Решение практических задач			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, решение задач
		4.2 Анализ прибыли	1	лекция	0,5	Решение практических задач			6	Изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике, решение задач
		4.3. Анализ доходов предприятия	1	лекция	0,5	Решение практических задач			6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, решение задач

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
15		3-ья контрольная точка			0,5	Аудиторное тестирование			8	Подготовка к текущему контролю успеваемости
15-18		4.4. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия (организации) 4.5.Анализ эффективности хозяйственной деятельности предприятия (организации)	1	лекция	0,5	Решение практически х задач			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, решение задач
18		Контрольная точка 4			1	Групповой (индивидуальн ый) проект			10	Подготовка к защите группового проекта
		Консультации					2			
		Промежуточная аттестация – Экзамен - 2 часа								
7 семестр										

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
1-4	Раздел 1. Понятие, сущность и виды стратегического анализа	1.1 Сущность и особенности стратегического анализа 1.2 Виды и методы стратегического анализа	2	лекция	2	Обсуждение докладов			20	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
4		Контрольная точка 1			1	тестирование			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.
5-8	Раздел 2. Анализ макроразрушения	2.1.Основные составляющие макроразрушения	1	лекция	1	Решение практически х задач			10	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам
		2.2.Методы анализа макроразрушения	1	лекция	1	Решение практически х задач			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.Подготовка к текущему контролю успеваемости

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
8										
		Контрольная точка 2			1	тестирование			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.
9-13	Раздел 3 Анализ конкурентов	3.1. Элементы конкурентной среды	1	лекция	1	Решение практических задач			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
		3.2. Силы конкуренции и их анализ	1	лекция	1	Решение практических задач			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.
		3.3.Методы анализа конкурентов	2	лекция	2	Решение практических задач			9	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая изучение научно-практического материала по заданным вопросам. Подготовка материала к групповому проекту
14		Контрольная точка 3			1	тестирование			9	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»**

СМК РГУТИС

Лист 28 из

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем							
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
14-17	Раздел 4 Анализ внутренней среды	4.1.Внутренняя среда предприятия и ее составляющие	2	лекция	1	Решение практически х задач			9	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая разработку и презентацию группового проекта Подготовка к защите группового (индивидуального) проекта
18		Контрольная точка 4			2	Групповой (индивидуальн ый) проект			9	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.
		Консультации					2			
		Промежуточная аттестация – Зачет - 2 часа								
8 семестр										
1-2	Раздел 1	1.1.Анализ рынка	2	лекция	2	Решение			20	.Работа в ЭБС, обобщение



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
	Маркетинговый анализ деятельности предприятия (организации)					практически х задач				лекционного материала.
		Контрольная точка 1			1	тестирование			20	Подготовка к текущему контролю
3-4		1.2.Анализ потребителей	2	лекция	2	Решение практически х задач			20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.
		Контрольная точка 2			1	тестирование			20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.
5-6		1.3..Анализ товарной политики	2	лекция	2	Решение практически х задач			20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
		Контрольная точка 3			1	тестирование			20	Подготовка к текущему контролю успеваемости
7-10		1.4. Анализ продвижения	2	лекция	1	Решение практических задач			20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала.. Подготовка материала к групповому проекту
32/6		1.5.Анализ коммуникационной политики	2	лекция	1	Решение практических задач			20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала..
		Контрольная точка 4			1	Групповой (индивидуальный) проект			30	Подготовка к защите группового проекта.
		Консультации					2			
		Промежуточная аттестация – Экзамен - 2 часа								

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
9 семестр										
1-4	Раздел 1. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности	1.1.Анализ объемов инвестиционной деятельности	4	лекция	4	Решение практических задач			14	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала
		1.2. Анализ эффективности реальных инвестиций и показателей эффективности инвестиционных проектов	4		2					
5		Контрольная точка 1 1.3 Анализ эффективности инновационной деятельности	4	лекция	2	тестирование			18	Подготовка к тестированию
10		Контрольная точка 2			2	Решение задач			18	Подготовка к тестированию

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
11-14		2.1. Анализ источников финансирования инновационных и инвестиционных проектов	2	лекция	4	Решение практических задач			18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
		Контрольная точка 3			2	тестирование			20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
14		Контрольная точка 4			2	Групповой (индивидуальный) проект			20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
15-18		Консультация					2			
		Промежуточная аттестация – Экзамен - 2 часа								

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
1	Сущность и значение комплексного экономического анализа(КЭА), 4 ак. часа / 12 ак. часов	1.Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учеб. пос. / Л.Е.Басовский, Е.Н.Басовская - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429595
2	КЭА в разработке и мониторинге планов предприятия (организации)4 ак. часа / 10 ак. часов	
	1-ая контрольная точка 4 часа/10	
3	Стратегический и маркетинговый анализ в системе КЭА, 4 ак. часа / 10 ак. часов	2.Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г.В. Савицкая. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=367312
	2-ая контрольная точка 4 часа/10	
4	Анализ технико-организационного уровня предприятия (организации), 4 ак. часа / 10 ак. часов	3. Управленческий анализ: комплексный анализ и диагностика предприн.: Учеб. / Н.А. Казакова - 2 изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013- http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=354245 .
5	Анализ внеоборотных активов предприятия (организации), 4 ак. часа / 10 ак. часов	
	3-ая контрольная точка 4 часа/	
6	Анализ материальных ресурсов предприятия (организации), 4 ак. часа / 5ак. часов	4.Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / В.В. Плотникова и др.; Под общ. ред. проф. В.И. Бариленко. - М.: Форум, 2012. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=247527
7	Анализ трудовых ресурсов, 4 ак. часа / 5 ак. часов	
	4-ая контрольная точка 12 часов/10	
8	Анализ производства продукции (услуг), 4 ак. часа / 4ак. часов	5. Экономический и финансовый анализ[Электронный ресурс]: Учебное пособие / Н.В. Киреева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - ЭБС Znanium.com Режим доступа: http://znanium.com/bookread.php?book=369146
9	Анализ объема реализации продукции (услуг), 4 ак. часа / 4 ак. часов	
	1-ая контрольная точка 2 часа/8	
10	Анализ качества продукции (услуг), 4 ак. часа / 8 ак. часов	
11	Анализ качества обслуживания, 4 ак. часа / 8 ак. часов	
	2-ая контрольная точка 2часа/10	
12	Анализ себестоимости продукции (услуг), 4 ак. часа / 8 ак. часов	
13	Анализ прибыли, 4 ак. часа / 6 ак. часов	
14	Анализ доходов предприятия (организации), 4 ак. часа / 6 ак. часов	
	3-ая контрольная точка 4 часа/8	

15	Анализ финансовых результатов деятельности предприятия (организации), 4 ак. часа / 4 ак. часов	
16	Анализ эффективности хозяйственной деятельности предприятия (организации), 4 ак. часа / 4ак. часов	
	4-ая контрольная точка 8часа/10	
17	Сущность и особенности стратегического анализа, 8 ак. часов / 10 ак. часов	
18	Виды и методы стратегического анализа, 8 ак. часов / 10 ак. часов	
	1-ая контрольная точка 8 часа/10	
19	Основные составляющие макроокружения, 8 ак. часов / 10 ак. часов	
20	Методы анализа макроокружения, 8 ак. часов / 10 ак. часов	
	2-ая контрольная точка 10 часов/10	
21	Элементы конкурентной среды, 8 ак. часов / 10 ак. часов	
22	Силы конкуренции и их анализ, 8 ак. часов / 10 ак. часов	
23	Методы анализа конкурентов, 8 ак. часов / 9 ак. часов	
	3-ая контрольная точка 10 часов/9	
24	Внутренняя среда предприятия и ее составляющие, 8 ак. часов / 9 ак. часов	
	4-ая контрольная точка 14 часов/9	
25	Анализ рынка, 20 ак. часов / 20 ак. часов	
	1-ая контрольная точка 12часов/20	
26	Анализ потребителей, 18 ак. часов / 20 ак. часов	
	2-ая контрольная точка 12часа/20	
27	Анализ товарной политики, 18 ак. часов / 20 ак. часов	
	3-ая контрольная точка 12 часа/20	
28	Анализ продвижения, 12 ак. часов / 20 ак. часов	
29	Анализ коммуникационной политики,	
30	Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности 18 ак. часов / -	
	Анализ коммуникационной политики, - / 20 ак. часов	

	4-ая контрольная точка 22 часа/30	
31	Анализ объемов инвестиционной деятельности	
32	Анализ эффективности реальных инвестиций и показателей эффективности инвестиционных проектов 0 ак. часа / 14 ак. часа	
33	Анализ эффективности инновационной деятельности 0 ак. часа / 18 ак. часов	
	2-ая контрольная точка 0/18 часов	
34	Анализ источников финансирования инновационных и инвестиционных проектов 0 ак. часа / 18 ак. часов	
	3-ая контрольная точка 0/20 часов	
	4-ая контрольная точка 0/20 часов	

7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1	ОПК-2	способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Анализ себестоимости продукции (услуг) и финансовых результатов предприятия (организации)	нормативные правовые документы	использовать нормативные правовые документы в своей деятельности	навыками работы с нормативными правовыми документами
2	ОПК-3	способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов	Теоретические основы комплексного экономического анализа. Понятие сущности и виды стратегического анализа	источники аналитической информации	Анализировать взаимосвязь форм отчетности предприятия (организации), с предварительными экономическим и расчетами, оценив их достоверность	методами оценки проведения экономических расчетов и правильностью заполнения форм отчетности



		и обосновать полученные выводы				
3	ПК-2	способность на основе типовых методик и действующей нормативно- правовой базы рассчитать экономические и социально- экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов	Анализ себестоимости продукции (услуг) и финансовых результатов деятельности предприятия (организации) Анализ объемов производства (услуг)	типовые методики расчёта экономическ их социально экономическ их показателей	выбрать систему показателей, наиболее точно отражающих финансовое положение и результаты деятельности анализируемого предприятия	методами горизонтального, вертикального, коэффициентного и факторного анализа

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
Знание источников аналитической информации Умение анализировать взаимосвязь форм отчетности предприятия (организации), с предварительными экономическими расчетами, оценив их достоверность Владение методами оценки проведения экономических расчетов и правильностью заполнения форм отчетности	Аудиторное тестирование, выполнение группового проекта	Студент демонстрирует знания источников аналитической информации Студент демонстрирует умение анализировать взаимосвязь форм отчетности предприятия (организации), с предварительными экономическими расчетами, оценив их достоверность Студент демонстрирует владение методами оценки проведения экономических расчетов и правильностью заполнения форм отчетности	Закрепление способности выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы
Знание типовых методик расчёта экономических социально экономических показателей Умение выбрать систему показателей, наиболее точно отражающих финансовое положение и результаты деятельности анализируемого предприятия Владение методами горизонтального,	Аудиторное тестирование, выполнение группового проекта	Студент демонстрирует знания типовых методик расчёта экономических социально экономических показателей Студент демонстрирует умение выбрать систему показателей, наиболее точно отражающих финансовое положение и результаты деятельности анализируемого предприятия Студент демонстрирует владение методами	Закрепление способности на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность

вертикального , коэффициентного и факторного анализа		горизонтального, вертикального , коэффициентного и факторного анализа	хозяйствующих субъектов
Знание нормативных правовых документов Умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности Владение навыками работы с нормативными правовыми документами	Аудиторное тестирование, выполнение группового проекта	Студент демонстрирует знания нормативных правовых документов Студент демонстрирует умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности Студент демонстрирует владение навыками работы с нормативными правовыми документами	Закрепление способности осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

Балльно-рейтинговая технология оценки знаний студентов предусматривает проведение:

- текущего контроля успеваемости студентов;
- промежуточной аттестации успеваемости студентов.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемое наблюдение за уровнем усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра.

Промежуточная аттестация – это вид контроля, предусмотренный рабочим учебным планом направления подготовки, осуществляется в ходе трех экзаменов.

Рейтинговая оценка студента по дисциплине определяется по 100-балльной шкале в каждом семестре.

Посещаемость – посещение лекций (за исключением поточных) и практических занятий оценивается накопительно следующим образом: максимальное количество баллов, отводимых на учет посещаемости (30 баллов), делится на количество лекций (за исключением поточных) и практических занятий по дисциплине. Полученное значение определяет количество баллов, набираемых студентом за посещение одного занятия.

Успеваемость – оценка успеваемости выставляется за выполнение заданий текущего контроля по дисциплине (70 баллов). Всего в семестре 4 мероприятия текущего контроля (4 «контрольных точки»), причем выполнение всех 4 заданий текущего контроля является обязательным для студента. При подведении итогов за семестр преподаватель может поставить от 1 до 5 рейтинговых бонусных баллов за активность студента на занятиях.

Посещаемость 30 баллов				
1 задание текущего контроля	2 задание текущего контроля	3 задание текущего контроля	4 задание текущего контроля	рейтинговые бонусы
0-10 баллов	0-10 баллов	0-10 баллов	0-35 баллов	1-5 баллов
Итого – max 100 баллов				

В зависимости от набранных в течение семестра баллов за посещаемость и успеваемость студенты получают допуск или недопуск к зачету или экзамену, а также могут претендовать на получение экзамена «автоматом» в соответствии со Шкалой перевода итоговых оценок в зависимости от набранной средневзвешенной оценки. Студент может отказаться от оценки «автоматом», тогда итоговая семестровая оценка

будет выставляться с учетом баллов, набранных на экзамене.

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при выставлении оценки в ходе промежуточной аттестации.

Для допуска к промежуточной аттестации обучающийся должен выполнить все мероприятия текущего контроля по дисциплине (не иметь задолженностей по текущей контролю успеваемости) и набрать в общей сложности не менее 51 балла.

Перевод рейтинговых баллов в итоговую 5 – балльную шкалу оценку осуществляется в соответствии с таблицей.

Баллы за семестр	Автоматическая оценка		Баллы за зачет	Баллы за экзамен	Общая сумма баллов	Итоговая оценка
	зачет	экзамен				
90-100*	зачет	5 (отлично)	-	-	90-100	5 (отлично)
71-89*	зачет	4 (хорошо)	-	0-20	71-89 90-100	4 (хорошо) 5 (отлично)
51-70*	зачет	3 (удовлетворительно)	-	0-20	51-70 71-89 90	3 (удовлетворительно) 4 (хорошо) 5 (отлично)
50 и менее	недопуск к зачету, экзамену		-	-	50 и менее	2 (неудовлетворительно), незачет

* при условии выполнения всех заданий текущего контроля успеваемости

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Средство оценивания - выполнение группового проекта

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении группового проекта

Предел длительности контроля	30 мин.
Критерии оценки	– было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в проекте; – были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией; – были использованы дополнительные источники информации для реализации группового проекта; – были выполнены все необходимые расчеты; – подготовленные в ходе выполнения проекта документы соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию; – выводы обоснованы, аргументы весомы; – сделаны собственные выводы, выявлены недостатки и предложены практические рекомендации
Показатели оценки	максимум 35 баллов
5 баллов	проект не подготовлен;
6– 10 баллов	подготовлен, но тема раскрыта не полностью
11-15 баллов	проект подготовлен, но содержит ошибки и неточности формулировок
16-20 баллов	проект подготовлен, но не достаточен по объему
21-26 баллов	проект подготовлен, но отсутствует презентация
27-30 баллов	проект подготовлен, текстовая часть соответствует всем требованиям, но презентация условна
31-35 баллов	все требования соблюдены, презентация полностью раскрывает тему проекта

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Устный опрос

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при устном ответе

оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
	– полно раскрыто содержание материала; – материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; – продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала; – точно используется терминология; – показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; – продемонстрировано	– Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, – знание основной и дополнительной литературы; – последовательно и четко отвечает на вопросы билета и дополнительные вопросы; – уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; – демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 40 из 115
---	--	---

«5»	усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; – ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов; – продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; – продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы; – допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию	практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; – подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой
«4»	– вопросы излагаются систематизировано и последовательно; – продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; – продемонстрировано усвоение основной литературы. – ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков: – а) в изложении допущены небольшие пробелы, не искавшие содержание ответа; – б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя; – в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя	– обучающийся показывает полное знание – программного материала, основной и – дополнительной литературы; – дает полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности; – правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций; – демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
	– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения	– обучающийся показывает знание основного – материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; – при ответе на

«3»	материала; – усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам; – имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; – при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение основной литературы	вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения; – не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций; – подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне
«2»	– не раскрыто основное содержание учебного материала; – обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; – допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов. – не сформированы компетенции, умения и навыки.	– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; – не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом; – не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

Решение задач

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении кейсов (ситуационных задач)

Предел длительности контроля	30 мин.
Критерии оценки	– было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в кейсе (задаче); – были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией; – были использованы дополнительные источники информации для решения кейса(задачи); – были выполнены все необходимые

	расчеты; – подготовленные в ходе решения кейса документы соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию; – выводы обоснованы, аргументы весомы; – сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение кейса от других решений
Показатели оценки	мах 10 баллов
«5», если (9 – 10) баллов	полный, обоснованный ответ с применением необходимых источников
«4», если (7 – 8) баллов	неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: - не были выполнены все необходимые расчеты; - не было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в кейсе;
«3», если (5 – 6) баллов	неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: - не были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией; - не были подготовленные в ходе решения кейса документы, которые соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию; - не были сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение кейса от других решений

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
3	1 блок (раздел) изучения дисциплины в семестре	Контрольная точка 1,2,3 - Аудиторное тестирование Контрольная точка 4 Групповой проект с целью выявления уровня освоения теоретических	Тестирование состоит из 20 вопросов с несколькими вариантами ответа. Необходимо выбрать верный ответ из трех-четырех предложенных. Групповой проект Необходимо максимально полно и

		знаний по темам 1 блока	развернуто ответить на вопрос и правильно решить задачу. Максимально – 10 баллов
8	2 блок (раздел) изучения дисциплины в семестре	Контрольная точка 1,2,3 - Аудиторное тестирование Контрольная точка 4 Групповой проект с целью выявления уровня освоения теоретических знаний по темам 1 блока	Тестирование состоит из 20 вопросов с несколькими вариантами ответа. Необходимо выбрать верный ответ из трех-четырех предложенных. Групповой проект Необходимо максимально полно и развернуто ответить на вопрос и правильно решить задачу. Максимально – 10 баллов
12	3 блок (раздел) изучения дисциплины в семестре	Контрольная точка 1,2,3 - Аудиторное тестирование Контрольная точка 4 Групповой проект с целью выявления уровня освоения теоретических знаний по темам 1 блока	Тестирование состоит из 20 вопросов с несколькими вариантами ответа. Необходимо выбрать верный ответ из трех-четырех предложенных. Групповой проект Необходимо максимально полно и развернуто ответить на вопрос и правильно решить задачу. Максимально – 10 баллов
18	4 блок (раздел) изучения дисциплины в семестре	Контрольная точка 1,2,3 - Аудиторное тестирование Контрольная точка 4 Групповой проект с целью выявления уровня освоения теоретических знаний по темам 1 блока	Тестирование состоит из 20 вопросов с несколькими вариантами ответа. Необходимо выбрать верный ответ из трех-четырех предложенных. Групповой проект Необходимо максимально полно и развернуто ответить на вопрос и правильно решить задачу. Максимально – 10 баллов
		Зачет- 5,7 семестр, Экзамен письменный – 6, 8 семестр	44 вопроса по 2 вопроса в билете

Время на выполнение каждого теста – 1 мин.

Раздел 1. Теоретические основы экономического анализа

Вариант 1.

- Анализ в переводе с греческого означает:
 - разложение
 - обобщение
 - сравнение
 - группировка
- Анализ экономических показателей начинают с:
 - определение динамики показателя
 - определение динамики главных факторов
 - выявление количественного влияния главных факторов
 - структуры показателя
- Метод синтеза означает:
 - разложение целого на составные части
 - группировка показателей
 - обобщение составных частей в единое целое

4) сравнение

4.К внеучетным источникам анализа относятся:

- 1) бухгалтерский учет и отчетность;
- 2) статистический учет и отчетность;
- 3) оперативный учет и отчетность;
- 4) материалы внутриведомственной и вневедомственной ревизии; внешнего и внутреннего аудита.

5.К качественным показателям относятся:

- 1) рентабельность;
- 2) количество работников;
- 3) производительность труда;
- 4) удельная себестоимость.

6.Отдельные стороны, элементы изучаемых явлений и процессов отражают:

- 1) обобщающие показатели;
- 2) частные показатели;
- 3) косвенные показатели;
- 4) качественные показатели.

7.По способу формирования различают показатели:

- 1) натуральные, условно-натуральные и стоимостные;
- 2) нормативные, плановые, учетные, отчетные, аналитические;
- 3) количественные, качественные;
- 4) обобщающие и частные.

8.Анализ выступает в диалектическом, противоречивом единстве с понятием:

- 1) синтез;
- 2) дифференциация;
- 3) аудит;
- 4) метод.

9.Комплексный охват всех аспектов деятельности предприятия как системы, которая в свою очередь выступает элементом системы более высокого порядка, означает:

- 1) оперативность экономико-правового анализа;
- 2) системность экономико-правового анализа;
- 3) альтернативность экономико-правового анализа;
- 4) качественность экономико-правового анализа.

10.Метод, при котором связь между отдельными показателями выражается в форме равенства итогов, полученных в результате сопоставления, представляет собой:

- 1) индексный метод;
- 2) балансовый метод;
- 3) метод корректирующих показателей;
- 4) метод элиминирования.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 45 из 115
---	---	--

11. Для выбора наилучших, оптимальных вариантов, которые определяют хозяйственные решения в сформированных или смоделированных экономических условиях, применяют:

- 1) метод функционально-стоимостного анализа;
- 2) балансовый метод;
- 3) экономико-математические методы;
- 4) метод стереотипов.

12. Характерными особенностями метода экономико-правового анализа являются:

- 1) выявление и измерение взаимосвязи между аналитическими показателями с целью повышения социально-экономической эффективности;
- 2) исследование внутренних противоречий (диспропорций) хозяйственно-финансовой деятельности предприятий и организаций;
- 3) расчленение обобщающих показателей на составленные элементы и их детализацию по месту и времени;
- 4) обобщение результатов анализа с целью диагностики, разработки прогнозных вариантов развития, принятия управленческих решений.

13. Метод, предполагающий сопоставление взаимосвязанных показателей хозяйственной деятельности с целью выяснения и измерения их взаимного влияния, а также подсчета резервов повышения эффективности производства, представляет собой:

- 1) индексный метод;
- 2) балансовый метод;
- 3) метод корректирующих показателей;
- 4) метод элиминирования.

14. Метод системного исследования объекта по назначению с целью повышения полезного эффекта на единицу совокупных затрат за жизненный цикл объекта, называется:

- 1) экономико-математическим методом;
- 2) методом корректирующих показателей;
- 3) методом цепных подстановок;
- 4) методом функционально-стоимостного анализа.

15. Метод, предназначенный для поиска криминальных связей исследуемого объекта с окружающей средой, называется:

- 1) методом сопряженных сопоставлений;
- 2) методом специальных расчетных показателей;
- 3) методом стереотипов;
- 4) методом корректирующих показателей.

Вариант 2

1. Информацию о внешней среде предприятия, собранную и опубликованную другими лицами, называют:

- А. Внешней первичной информацией
- Б. Внешней вторичной информацией
- В. Внутренней информацией

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 46 из 115
---	---	--

Г. Статистической информацией

2. Основным методом, используемым для анализа макросреды, является:

А. PEST-анализ

Б. SWOT-анализ

В. SNW-анализ

Г. Управленческое обследование

3. Одним из наиболее распространенных методов для оценки опасностей, возможностей, сильных и слабых сторон предприятия является:

А. PEST-анализ

Б. SWOT-анализ

В. SNW-анализ

Г. Управленческое обследование.

4. Методы, используемые для анализа внутренней среды предприятия, это:

А. PEST-анализ и SWOT-анализ

Б. SWOT-анализ и SNW-анализ

В. SNW-анализ и управленческое обследование

Г. Все вышеперечисленные методы.

5. Формат для проведения управленческого обследования включает следующие группы факторов:

А. Менеджмент и маркетинг

Б. Производство и финансы

В. Производство, финансы и персонал

Г. Всех названных выше групп факторов.

6. Методику экономического анализа предприятия можно определить как:

А. Совокупность аналитических способов и правил исследования экономики предприятия

Б. Совокупность аналитических способов и правил исследования экономики предприятия, определенным образом подчиненных достижению цели анализа

В. Систему исследования, которая одинаково используется при изучении различных объектов анализа во всех отраслях экономики.

7. Стратегический анализ изучает:

А. Финансовые результаты деятельности предприятия и финансовое состояние предприятия

Б. Взаимодействие технических и экономических процессов, происходящих на предприятии, и их влияние на результаты хозяйственной деятельности

В. Внешнюю и внутреннюю среду функционирования предприятия с целью разработки основных направлений развития предприятия

Г. Внешнюю (деловую) среду функционирования предприятия с целью формирования маркетинговой политики.

8. Приведение показателей в сопоставимый вид предполагает:

А. Нахождение абсолютного отклонения фактического значения показателя от планового или базисного

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 47 из 115
---	--	---

- Б.Нейтрализацию воздействия различных факторов путем приведения анализируемых показателей к единому базису
- В.Нахождение относительного отклонения фактического значения показателя от планового или базисного
- Г.Деление изучаемой совокупности объектов на качественно однородные группы.

Раздел 2. Анализ обеспеченности предприятия производственными ресурсами

Вариант 1

Примеры тестовых заданий

- 1.Технологическое развитие предприятия характеризует:
 - А.Доля пассивной части основных производственных фондов, превышающая активную часть
 - Б.Доля активной части основных производственных фондов, превышающая пассивную часть
 - В.Постоянно возрастающая доля пассивной части оборудования
 - Г.Постоянно увеличивающийся удельный вес основного технологического оборудования в общем объеме основных производственных фондов.

- 2.Техническая вооруженность труда характеризуется:
 - А.Показателями производительности труда
 - Б.Показателями среднегодовой, среднедневной и среднечасовой выработки одним рабочим
 - В.Показателями потенциальной и фактической фондовооруженности
 - Г.Показателями трудоемкости

- 3.Под производственной мощностью предприятия сферы услуг подразумевается:
 - А.Максимально возможный объем реализации услуг при достигнутом технико-организационном уровне производства
 - Б.Фактический объем реализации услуг при достигнутом технико-организационном уровне производства
 - В.Плановый объем реализации услуг при достигнутом технико-организационном уровне производства
 - Г.Среднегодовой темп прироста объема реализации услуг за пять последних лет.

- 4.Прогрессивность технологического оборудования на предприятии оценивается на основании:
 - А.Показателей возрастного состава, износа и обновления оборудования
 - Б.Показателей фондовооруженности труда
 - В.Показателей производительности труда
 - Г.Технологической структуры оборудования.

- 5.Фондоемкость характеризует:
 - А.Стоимость основных производственных фондов, приходящуюся на 1 рубль объема реализации услуг

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 48 из 115
---	---	--

Б.Стоимость основных производственных фондов, приходящуюся в среднем на каждого работающего предприятия

В.Прибыль, полученную с каждого рубля вложенных в производство основных фондов

Г.Объем реализации услуг, полученный с каждого рубля вложенных в производство основных фондов.

6.Фондоотдача характеризует:

А.Стоимость основных производственных фондов, приходящуюся на 1 рубль объема реализации услуг

Б.Стоимость основных производственных фондов, приходящуюся в среднем на каждого работающего предприятия

В.Прибыль, полученную с каждого рубля вложенных в производство основных фондов

Г.Объем реализации услуг, полученный с каждого рубля вложенных в производство основных фондов.

7.Эффективность использования нематериальных активов оценивается:

А.По стоимости нематериальных активов, приходящейся на 1 рубль объема реализации услуг

Б.По уровню дополнительного дохода на 1 рубль капитала, вложенного в нематериальные активы

В.По уровню рентабельности основного капитала

Г.По объему реализации услуг, полученному с каждого рубля нематериальных активов.

8.Фондорентабельность характеризует:

А.Стоимость основных производственных фондов, приходящуюся на 1 рубль объема реализации услуг

Б.Стоимость основных производственных фондов, приходящуюся в среднем на каждого работающего предприятия

В.Прибыль, полученную с каждого рубля вложенных в производство основных фондов

Г.Объем реализации услуг, полученный с каждого рубля вложенных в производство основных фондов.

9.То, насколько полно используется оборудование по мощности, характеризует

А.Фондоотдача

Б.Интегральный коэффициент загрузки

В.Коэффициент интенсивной загрузки

Г.Коэффициент экстенсивной загрузки

10.Для характеристики степени привлечения оборудования в процесс производства рассчитывают

А.Коэффициенты использования парка наличного и установленного оборудования

Б.Фондоотдачу

В.Фондовооруженность

Г.Интегральный коэффициент загрузки

Раздел 3. Анализ объема производства

Вариант 1

1. Выполнение плана с применением методов сравнения составляет:

Вариант ответа	Объем производства, шт		Абсолютное отклонение от плана	Выполнение плана, %
	План	Факт		
а)	200	300	+100	145,55
б)	250	350	+100	140,25
в)	420	380	-50	90,48
г)	440	500	+60	113,64

2. Затраты в функционально-стоимостном анализе подразделяются на:

- а) функционально-необходимые затраты
- б) излишние затраты
- в) важные затраты
- г) систематизированные затраты
- д) все перечисленное

3. Способы элиминирования в детерминированном факторном анализе являются:

- а) способ цепной подстановки
- б) индексный
- в) абсолютных разниц
- г) относительных разниц
- д) интегральный
- е) логарифмирования
- ж) все перечисленное

4. При оценке влияния факторов на результат с применением метода цепной подстановки количество условных показателей:

- а) равно числу факторов
- б) меньше числа факторов на единицу
- в) больше числа факторов на единицу
- г) больше числа факторов на два пункта

5. Основными функциями управленческого анализа являются:

- а) производственный учет и калькулирование
- б) управленческий анализ
- в) управленческий контроль
- г) бюджетирование
- д) внутренняя сегментарная отчетность
- е) все перечисленное

6. Используя алгебраический метод, определить безубыточный (критический) объем продаж предприятия сервиса при значениях показателей данного релевантного ряда: цена единицы продукции (работ, услуг) – 6 руб.; переменные затраты на единицу продукции (работ, услуг) – 4 руб.; постоянные затраты – 100 руб.:

- а) 50 ед;
- б) 100 ед;
- в) 80 ед.,
- г) ни один ответ не верен.

7. Зона безопасности при значениях показателей данного релевантного ряда: фактический объем продукции (работ, услуг) – 150 ед., цена единицы продукции (работ, услуг) – 8 руб., переменные затраты на единицу продукции (работ, услуг) – 6 руб., постоянные затраты – 200 руб. составляет:

- а) 80 ед;
- б) 100 ед;
- в) 50 ед. ;
- г) ни один ответ не верен.

8. Какой объем продукции (работ, услуг) обеспечит получение прибыли в размере 200 руб., если: цена единицы продукции (работ, услуг) – 6 руб.; переменные затраты на единицу продукции (работ, услуг) – 4 руб.; постоянные затраты – 100 руб.:

- а) 100 ед;
- б) 150 ед;
- в) 190 ед.,
- г) ни один ответ не верен.

9. При выручке в сумме 500 тыс.руб., производственных издержках – 100 тыс.руб., издержках финансового характера в сумме 200 тыс.руб. чистая прибыль (леверидж) составляет:

- а) 100 тыс.руб.,
- б) 200 тыс.руб.,
- в) 190 тыс.руб.,
- г) ни один ответ не верен.

10. Рентабельность окупаемости затрат продукции (работ, услуг) в объеме 200 тыс. шт. по цене 6 тыс. руб., переменные затраты на единицу продукции (работ, услуг) – 4 руб.; постоянные затраты – 100 тыс. руб. составляет, %:

- а) 20,25 %,
- б) 42,25 %,
- в) 33,33 %,
- г) ни один ответ не верен.

11. С применением методов маркетингового анализа систематизировать стадии жизненного цикла продукции (работ, услуг) и выбрать верный вариант:

Вариант ответа	Стадия	Характеристики стадии жизненного цикла товара (продукции, работ, услуг)
а)	«нулевая»	Выпуск на рынок и внедрение. Изучение потребительского спроса. Прибыль не высока, но есть надежда на рост спроса, увеличение выручки и прибыли
б)	«первая»	Зрелость. Стабильный спрос на рынке, рост выручки
в)	«вторая»	Рост спроса и продаж, покрытие затрат, увеличение прибыли. Но сохраняются дополнительные затраты на рекламу и поддержание спроса на рынке

г)	«третья»	Насыщение рынков и спад потребительского спроса
д)	«четвертая»	Изучение и апробация новых видов продукции (работ, услуг)

12. Основными причинами понижения качества продукции (работ, услуг) являются:

- а) плохое качество сырья
- б) низкий уровень технологии и организации производства
- в) низкая квалификация работников
- г) ритмичность производства
- д) аритмичность производства
- е) брак

13. Наличие и состояние технико-организационного уровня основных фондов на конец отчетного периода с учетом их движения составляет, тыс.руб.:

Вариант ответа	Группа основных фондов	Наличие на нач. год	Поступило за год	Выбыло за год	Наличие на конец год.
а	Всего основных фондов	12 300	2 500	1 100	12 700
б	Всего основных фондов	11 100	1 900	1 300	10 500
в	Всего основных фондов	14 500	2 700	1 400	15 800
г	Всего основных фондов	10 400	1 500	1 200	11 100

14. Задачами инвестиционного анализа являются:

- а) оценка соответствия выполненных работ (услуг) условиям инвестиционного проекта
- б) оценка динамики степени выполнения плана инвестиционного проекта
- в) оценка безубыточности капиталовложений на основе элементов денежных потоков
- г) изыскание резервов повышения эффективности инвестиций
- д) все перечисленное

15. Баланс считается абсолютно ликвидным, если:

- а) $A1 > П1$; $A2 > П2$; $A3 > П3$; $A4 > П4$
- б) $A1 > П1$; $A2 > П2$; $A3 < П3$; $A4 < П4$
- в) $A1 > П1$; $A2 > П2$; $A3 > П3$; $A4 < П4$
- г) $A1 > П1$; $A2 < П2$; $A3 > П3$; $A4 > П4$

Вариант 2

1. Определите рентабельность продаж на основе следующих данных: выручка от реализации продукции – 785 млн руб., себестоимость реализованной продукции – 615 млн руб.:

- 1) 127%;
- 2) 21,6%;
- 3) 83%;
- 4) 18,3%.

2. Установите, какие из ниже перечисленных факторов прямо влияют на прибыль от продажи товарной продукции:

- 1) объем продаж;

- 2) отпускная цена товара;
 - 3) сроки продажи;
 - 4) качество продукции;
 - 5) себестоимость продукции.
3. Установите, как меняется себестоимость продукции при росте цен на продукцию:
- 1) себестоимость снижается;
 - 2) себестоимость увеличивается;
 - 3) себестоимость не меняется.
4. Опознайте, какие из ниже перечисленных факторов прямо влияют на рентабельность затрат:
- 1) прибыль от продажи продукции;
 - 2) оборачиваемость основного капитала;
 - 3) степень финансовой независимости организации;
 - 4) производственная себестоимость продукции;
 - 5) коммерческие расходы.
5. Укажите условия, сильнее остальных препятствующие росту прибыли от реализации:
- 1) рост объема реализации при пропорциональном росте себестоимости продукции и услуг;
 - 2) рост объема реализации более медленными темпами по сравнению с ростом себестоимости продукции и услуг;
 - 3) снижение объема реализации при пропорциональном снижении себестоимости;
 - 4) снижение объема реализации при сохраняющемся уровне себестоимости.
 - 5) рост объема реализации более быстрыми темпами, чем рост себестоимости продукции и услуг.
6. Заполните пропущенные ключевые слова:
- 1) полная себестоимость продукции – это выраженные в денежной форме затраты на её ...
... ..
 - 2) чистая прибыль – это прибыль, остающаяся после
 - 3) балансовая прибыль складывается из прибыли и сальдо
7. Определите, как меняется себестоимость при снижении цен и тарифов на потребленные материальные ресурсы:
- 1) себестоимость снижается;
 - 2) себестоимость увеличивается;
 - 3) себестоимость не меняется.
8. Определите темпы роста прибыли, если в предыдущем году её сумма составляла 800 тыс. руб., а в отчетном – 650 тыс. руб.:
- 1) 81%;
 - 2) 181%;
 - 3) 110%;
 - 4) нет верных ответов.
9. Расположите приведенные ниже элементы в правильной последовательности, соответствующей их представлению в Отчете о финансовых результатах

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 53 из 115
---	---	--

- 1) прибыль до налогообложения (балансовая);
- 2) прочие доходы и расходы;
- 3) прибыль от продаж;
- 4) чистая прибыль.

10. Определите уровень рентабельности собственных средств, если коэффициент автономии = 0,5; рентабельность реализации = 0,22; коэффициент оборачиваемости активов = 1,5:

- 1) 0,165
- 2) 0,66
- 3) 0,073
- 4) 1,7

11. Укажите, какие из ниже перечисленных методов обычно используются в анализе финансовых результатов:

- 1) горизонтальный анализ;
- 2) вертикальный анализ;
- 3) теория игр;
- 4) факторный анализ.

12. При выручке в сумме 500 тыс. руб., производственных издержках – 100 тыс. руб., издержках финансового характера в сумме 200 тыс. руб. чистая прибыль составляет:

- 1) 100 тыс. руб.;
- 2) 150 тыс. руб.;
- 3) 190 тыс. руб.;
- 4) ни один ответ не верен.

13. Определите, как изменится прибыль, если себестоимость возрастет более медленными темпами, чем объем реализации:

- 1) прибыль увеличится;
- 2) прибыль уменьшится;
- 3) прибыль не изменится.

14. Укажите ошибочное определение:

- 1) Прибыль – это разница между доходами и расходами организации за определенный период;
- 2) Прибыль – это абсолютный показатель финансовых результатов деятельности предприятия;
- 3) Прибыль – это совокупность доходов, полученных организацией за определенный период;

15. Из ниже перечисленных факторов выберите те, которые влияют на прибыль от продажи:

- 1) объем продаж;
- 2) прочие доходы;
- 3) отпускная цена;
- 4) прочие расходы.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 54 из 115
--	---	--

Раздел 4. Анализ себестоимости и финансовых результатов

Перечень тем группового проекта:

1. Роль комплексного анализа в управлении.
2. Роль анализа в разработке и мониторинге основных плановых показателей.
3. Сущность экономического анализа хозяйственной деятельности предприятия.
4. Современные методы экономического анализа.
5. Анализ эффективного использования основных фондов (на примере конкретного предприятия)
6. Анализ состояния и эффективности использования внеоборотных активов.
7. Анализ использования материальных ресурсов.
8. Анализ эффективности использования средств фонда оплаты труда.
9. Анализ состава и эффективности использования персонала предприятия.
10. Анализ материальных ресурсов предприятия.
11. Маркетинговый анализ в системе комплексного экономического анализа.
12. Задачи и информационное обеспечение анализа технико-организационного уровня предприятия.
13. Анализ численного состава и структуры квалификации персонала по различным критериям.
14. Анализ технической вооруженности труда.
15. Оценка уровня социального развития предприятия.
16. Место управленческого анализа в системе управления предприятием.
17. Методическое обеспечение комплексного экономического анализа .
18. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности.
19. Понятие технико-организационного уровня предприятия. Задачи и информационное обеспечение анализа.
20. Оценка эффективности средств, направляемых на оплату труда.

Раздел 1. Понятие, сущность и виды стратегического анализа

Вариант 1

1. Что относится к одному из условий формирования стратегии:
 - а) текучесть кадров;
 - б) темпы НТП;
 - в) рациональное распределение ресурсов;
 - г) улучшение условий труда.
2. В чем, заключается суть Темологического подхода к изучению предприятия:
 - а) основная роль принадлежит окружению предприятия;
 - б) предприятие — это система, которой можно управлять, определять ее цели и деятельность.
 - в) анализ рентабельности предприятия;
 - г) образование внутренних связей, как результат социального поведения предприятия.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 55 из 115
---	---	--

3. Одним из факторов внешней среды предприятия являются:

- а) улучшение труда и имидж предприятия;
- б) сбыт, продвижение товара;
- в) сканирование среды, неконкурентноспособность продукции;
- г) наличие оборудования, спортивной базы, библиотеки.

4. Стратегия предприятия это —

- а) планирование реализации и производства товаров и услуг для определенного сегмента рынка;
- б) детальный план предназначен для того, чтобы обеспечить миссию организации и достижения ее целей;
- в) финансовый план предприятия, составленный для его внутренней среды и разработан для каждого подразделения предприятия;
- г) пути достижения тактических целей предприятия, определение источников его финансирования.

5. Основным момент корпоративной стратегии:

- а) распределение ресурсов между подразделениями;
- б) разрабатывается в рамках функциональных подразделений;
- в) разрабатывается для предприятий, выпускающих однотипную продукцию;
- г) направления на отдельные подразделения или продукты.

6. Условиями формирования стратегии являются:

- а) рациональное использование ресурсов;
- б) рост конкуренции;
- в) основные подходы к изучению предприятия.

7. Типами стратегии являются:

- а) технологической, финансовой, базовая стратегии;
- б) экологической, ресурсная стратегия, стратегия безопасности;
- в) конкурентная, корпоративная, функциональная стратегии.

8. На внутреннюю среду предприятия влияют:

- а) уровень инфляции;
- б) стиль жизни потребителя;
- в) квалификация рабочей силы;
- г) конкуренты.

9 Для определения информации используются следующие способы:

- а) оценка и контроль результатов деятельности предприятия;
- б) личный опыт;
- в) изменение организационной структуры;
- г) прогнозирование.

10 Стратегия — это ...:

- а) деятельность предприятия, направленная на появление новых методов прогнозирования будущего;
- б) подробный, всесторонний комплексный план;

- в) организация управления рынком и внешним окружением;
 г) диверсификация в продукции с целью завоевания рынка.

Раздел 2. Анализ макроокружения

Пример практического задания:

Задание:

Провести SWOT-анализ гостиницы «Шереметев Парк Отель» на основе данных таблицы. Шереметев Парк Отель находится на Шереметевском проспекте г. Иваново недалеко от побережья реки Уводь, расположен отель в центральной части города. Он начал работать в октября 2006 года. Появление отеля уровня 4 звезд было очень актуальным для города, поскольку последние проверки показали отсутствие в Иваново гостиниц высокого уровня, тогда и было принято решение об открытии в Иваново нового отеля.

Шереметев парк отель отмечен различными наградами за высокий уровень оказания услуг и проживания постояльцев. В отеле гостям предлагают разнообразный спектр услуг, большинство которых предлагаются за дополнительную плату. В отеле можно отпраздновать корпоративный новый год или другое празднование. Для таких событий организуется дискотека, накрываются столы, подготавливается особая праздничная программа.

«Шереметев Парк Отель» включает в себя велнес-центр, бизнес-центр, «Буфет» и Ресторан-Клуб "Шереметев", клиентам предлагаются гостиничные номера уровня люкс.

SWOT-анализ на примере гостиницы "Шереметев Парк Отель"

	Позитивные факторы (Плюсы) S	Отрицательные факторы (минусы) W
Внутренняя среда	1) Расположение в центре, на Шереметевском проспекте, близ от Серебряного города и большого количества компаний и университетов. 2) Развитая собственная инфраструктура отеля. 3) Большое количество предлагаемых услуг клиентам. 4) 10 лет работы в сфере гостиничного бизнеса. 5) Высокий уровень безопасности проживания в гостинице, развита система охраны. 6) Известность отеля в Ивановской области, хорошие отзывы гостей. 7) Наличие специальных договоров для клиентов корпоративных фирм. 8) Возможность проведения в залах отеля встреч, банкетов, празднований и других мероприятий. 9) Гибкое ценообразование, учитываются сезонные факторы.	1) Линейная система руководства, начальники отделений не имеют достаточных полномочий для принятия всех необходимых решений. Иногда решение руководителя не удается получить оперативно. 2) Отель находится в относительной близости от железнодорожного вокзала, однако автовокзал и аэропорт расположены в другой части города (более полу часа езды на автомобиле), поэтому некоторые гости города останавливаются в других гостиницах города Иваново и Кохмы, в квартирах посуточно. 3) Не сформированы характеристики постоянных гостей, что затрудняет развитие системы скидок и бонусов. 4) Цены за проживание в отеле очень высокие для Иванова, значительно выше среднего уровня. 5) В отеле достаточно ограниченное

	Дополнительные услуги тарифицируются отдельно, то есть при желании клиент может сэкономить, отказавшись от дополнительных услуг, например, посещения сауны. 10) Регулярно обновляемый сайт в интернете. 11) Обеспечение бесперебойной работы всех служб отеля. 12) Мотивирование работников за высокие результаты. 13) Регулярные курсы по повышению квалификации сотрудников. 14) Данные проводимых маркетинговых исследований позволяют отслеживать ситуацию на рынке, поведение конкурентов, цены на услуги других гостиниц. 15) Внимание к клиентам, удовлетворение потребностей и просьб постояльцев, незамедлительное устранение всех недочетов, поздравление клиента с днем рождения, если он проживает в отеле. 16) Проведение обучающих тренингов для сотрудников и менеджмента отеля.	число номеров, поэтому сложно разместить групп туристов. 6) Площадь залов отеля ограничена и не может вместить коллектив крупных предприятий, поэтому на корпоративные праздники продается ограниченное число билетов.
	Имеющиеся возможности (О)	Возникающие угрозы (Т)
Внешняя среда	1) Охват клиентов разного уровня дохода благодаря разнообразным ценовым предложениям, в том числе с учетом сезонности. 2) Расширить спектр предлагаемых клиентам услуг. 3) Выход на рынок бизнес-уровня (проведение в отеле семинаров, симпозиумов, региональных и международных конференций). 3) Реконструкция номерного фонда и залов отеля, способствующая более гибкой ценовой политике. 4) Развитие навыков, умений и квалификации персонала отеля. 5) Развитие бонусной системы для	1) Развитие аренды квартир посуточно. 2) Экономический кризис в стране. 3) Ценовой демпинг конкурентов. 4) Сезонная загрузка гостиницы.

	постоянных клиентов, гибкое ценообразование, предоставление разнообразных услуг гостям. 6) Улучшение номерного фонда и качества предлагаемых услуг и в перспективе повышение уровня гостиницы до 5 звезд. 7) Применение инноваций в деятельности отеля.	
--	---	--

.Раздел 3 Анализ конкурентов

Тестовое задание

1. Объектом конкуренции являются:

- 1) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
- 2) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;
- 3) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;
- 4) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.

2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:

- 1) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
- 2) издержки производства и сбыта;
- 3) полезный эффект и цена потребления;
- 4) потребительская новизна товара.

3. Форма расчета с поставщиками, транспортабельность товара, надежность поставки относятся к:

- 1) производственным факторам конкурентоспособности;
- 2) рыночным факторам конкурентоспособности;
- 3) сбытовым факторам конкурентоспособности;
- 4) сервисным факторам конкурентоспособности.

4. Кто использует стратегию компиляции или стратегию адаптации?

- 1) рыночные лидеры;
- 2) челенджеры;
- 3) нишеры;
- 4) последователи.

5. К наследственным конкурентным преимуществам персонала относится:

- 1) темперамент;
- 2) умение формулировать личные цели и цели коллектива;
- 3) умение управлять своими эмоциями;
- 4) общительность коммуникабельность.

6. Конкурентоспособность товара - это:

- 1) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 59 из 115
---	---	--

- 2) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;
- 3) закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.

7. Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:

- 1) запас конкурентоспособности товара;
- 2) потребительская ценность товара;
- 3) цена продажи товара;
- 4) себестоимость товара.

8. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара:

- 1) ценовая конкуренция;
- 2) неценовая конкуренция;
- 3) недобросовестная конкуренция;
- 4) прямая конкуренция.

9. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества:

- 1) виолентная стратегия;
- 2) коммутантная стратегия;
- 3) пациентная стратегия;
- 4) экплерентная стратегия.

10. Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:

- 1) виолентная стратегия;
- 2) коммутантная стратегия;
- 3) пациентная стратегия;
- 4) экплерентная стратегия.

Раздел 1 Маркетинговый анализ деятельности предприятия

Вариант 1

1. Распределение рынка на четкие группы потребителей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и комплексы маркетинга — это процесс:

- А) регулирование рынка
- Б) сегментация рынка
- В) классификации рынка
- Г) позиционирование товара на рынке

2. Сегмент рынка характеризуется:

- А) стабильной конкурентоспособностью продукции;
- Б) спросом потребителей, который является однородным по характеру;
- В) дифференцированным спросом потребителей;
- Г) различными потребностями потребителей.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		<i>Лист 60 из 115</i>

3. Позиционирование товаров — это:

- А) обеспечение товара четко обособленного места на рынке и в сознании потребителей;
- Б) детальный анализ характеристик товаров и услуг, которые реализуют и предоставляют конкуренты;
- В) технология выкладки товаров в розничной сети;
- Г) определение конкурентоспособности товара.

4. К основным элементам комплекса маркетинга относятся:

- А) товар, цена, методы распространения и методы продвижения;
- Б) нужда, потребность, спрос, товар, цена методы распространения и методы продвижения;
- В) спрос, совокупность существующих и потенциальных покупателей, товар, цена методы распространения и методы продвижения;
- Г) нужда, спрос, товар, цена методы распространения.

5. Несколько сегментов рынка, отобранных для маркетинговой деятельности фирмы, имеющие название:

- А) потребительская группа;
- Б) рыночная ниша;
- В) рыночное окно;
- Г) целевой рынок.

6. Маркетинг, который направляет деятельность предприятия на несколько сегментов рынка, имеет название:

- А) интегрированный;
- Б) дифференцированный;
- В) недифференцированный;
- Г) концентрированный.

7. Маркетинг, который направляет деятельность предприятия на один сегмент рынка, называется:

- А) интегрированный;
- Б) дифференцированный;
- В) недифференцированный;
- Г) концентрированный.

8. Предприятие предлагает косметику для разных возрастных групп женщин, то есть использует при сегментации:

- А) психографические признаки;
- Б) демографические признаки;
- В) географические признаки;
- Г) поведенческие признаки.

9. Предприятие предлагает различные программы поощрения постоянных покупателей в зависимости от суммы их годовых покупок, то есть использует:

- А) психографические признаки;
- Б) демографические признаки;
- В) географические признаки;

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 61 из 115</i>
---	---	--

Г) поведенческие признаки.

10. Предприятие, рекламируя новое мыло, делает акцент на том, что в состав сырья входит около 70% увлажняющего крема, то есть использует стратегию позиционирования:

- А) по цене;
- Б) по традициям;
- В) по имиджу;
- Г) по особым характеристикам.

Вариант 2

1 Товар — это:

- а) все то, что способно удовлетворить потребности потребителей;
- б) все, что предназначено для удовлетворения определенной потребности и предлагаемое на рынке для продажи;
- в) материальные объекты, услуги, которые характеризуются совокупностью свойств, способных удовлетворить желания потенциальных покупателей;
- г) все утверждения верны.

2 Маркетинговая товарная политика — это:

- а) составляющая хозяйственной деятельности предприятия;
- б) определенный курс действий, принципы поведения предприятия на товарном рынке; в) совокупность средств воздействия на потребителя с помощью товара;
- г) систему действий предприятия для определения товара на рынке, удовлетворение конкретного потенциального потребителя товарами, широкой возможности их выбора.

3 Потребительский маркетинг призван ...

- а) удовлетворять стиль жизни, привычки, потребности потребителей и влиять на них;
- б) удовлетворять стиль жизни, привычки, потребности потребителей и влиять на них через торговую сеть;
- в) привлекать и сохранять тех потребителей в выбранных рыночных сегментах, которые обеспечивают стабильное финансовое состояние предприятия в текущий момент в перспективе;
- г) определять товара на рынке, удовлетворять конкретного потенциального потребителя товарами и оказывать широкую возможность их выбора.

4 Торговый маркетинг направлен на ...

- а) удовлетворение стиля жизни, привычек, потребностей потребителей;
- б) удовлетворение стиля жизни, привычек, потребностей потребителей и воздействие на них через торговую сеть;
- в) привлечение и хранение потребителей в выбранных рыночных сегментах, которые обеспечивают стабильное финансовое состояние предприятия в текущий момент в перспективе;
- г) определение места товара на рынке, удовлетворение конкретного потенциального потребителя товарами и предоставление широкой возможности их выбора.

5 Основными характеристиками потребительского маркетинга являются:

- а) создание «образца» товарного знака;
- б) сегментация рынка;

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 62 из 115
---	--	---

- в) стимулирование спроса потребителя;
- г) реклама.

6 К основным характеристикам торгового маркетинга относятся:

- а) позиционирование торгового знака;
- б) стимулирование торговых агентов;
- в) стимулирование спроса потребителей;
- г) организация продажи товара.

7 Среди внешних факторов формирования товарной политики различают:

- а) позицию товара;
- б) желания потребителей;
- в) маркетинговую ассортиментную концепцию фирмы;
- г) состояние конкуренции.

8 К внутренним факторам формирования товарной политики относятся:

- а) позиция товара;
- б) система льгот в кредитовании;
- в) желание потребителей;
- г) имидж фирмы.

9 Диверсификация — это:

- а) распространение хозяйственной деятельности на новые сферы;
- б) процесс приобретения или включения в структуру предприятия новых производств, которые технологически входят в процесс производства;
- в) проникновение предприятий в отрасли, не имеющие прямого производственного связи или функциональной зависимости от основной их деятельности;
- г) создание альянсов между компаниями, которые заинтересованы в интеграции без перехода прав собственности.

10 Вертикальная интеграция — это:

- а) проникновение предприятий в отрасли, не имеющие прямого производственного связи или функциональной зависимости от основной их деятельности;
- б) процесс приобретения или включения в структуру предприятия новых производств, которые технологически входят в процесс производства;
- в) выпуск предприятием новых товаров, технологически связанные с существующими, но предназначены для существующих потребителей предприятия;
- г) принятия предприятием решения о вхождении области, которые не имеют ничего общего с его основной деятельностью, а потому нет никакой взаимосвязи между традиционной и новой продукцией.

Примерные темы групповых проектов:

1. Конъюнктурный анализ рынка.
2. Стратегический анализ рынка.
3. Маркетинговые исследования потребительского рынка.
4. Исследование емкости конкурентной среды потребительского рынка.
5. Сегментация потребительского рынка.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 63 из 115
---	--	---

6. Исследование процесса принятия решения о покупке.
7. Исследование отношения индивидуальных потребителей к фирме.
8. Банковские маркетинговые исследования.
9. Экспертные методы получения маркетинговой информации.
10. Конкурентный анализ рынка.
11. Оценка собственного потенциала фирмы и ее конкурентоспособности.
12. Анализ поведения покупателей на рынке товаров.
13. Анализ реакции рынка на изменение ситуации.
14. Изучение и прогнозирование покупательского спроса.
15. Анализ влияния макросреды на маркетинг фирмы и рыночную ситуацию в целом.
16. Анализ масштаба и потенциала рынка.
17. Анализ сбалансированности рынка.
18. Оценка и анализ цикличности и сезонности рынка.
19. Определение системы оценочных ориентиров, характеризующих деятельность фирмы, и их важности для потребителей.
20. Определение товарных, географических границ рынка и состава производителей.

Промежуточная аттестация.

Контрольные вопросы по дисциплине Комплексный экономический анализ деятельности организации

1. Роль комплексного анализа в управлении.
2. Анализ и оценка уровня организации производства и управления.
3. Анализ эффективности капитальных и финансовых вложений.
4. Структура комплексного бизнес-плана.
5. Роль анализа в разработке и мониторинге основных плановых показателей.
6. Анализ и управление затратами.
7. Предмет, метод и объекты комплексного анализа.
8. Сметное планирование (бюджетирование).
9. Сущность экономического анализа хозяйственной деятельности предприятия.
10. Анализ финансовой устойчивости.
11. Стратегический анализ в системе комплексного экономического анализа.
12. Анализ материальных ресурсов предприятия.
13. Маркетинговый анализ в системе комплексного экономического анализа.
14. Анализ себестоимости продукции (услуг).
15. Основные способы и приемы, применяемые в комплексном анализе.
16. Анализ ценовой политики предприятия.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		<i>Лист 64 из 115</i>

17. Задачи и информационное обеспечение анализа технико-организационного уровня предприятия.
18. Состав основных производственных фондов предприятия и оценка эффективности их использования.
19. Оценка обеспеченности предприятия материальными ресурсами.
20. Анализа показателей возрастного состава основных фондов.
21. Анализ численного состава и структуры квалификации персонала по различным критериям.
22. Основные системы учета затрат.
23. Анализ факторов, влияющих на динамику затрат.
24. Анализ состояния оборотных средств предприятия.
25. Задачи анализа деловой активности в условиях рыночной экономики.
26. Анализ денежных потоков.
27. Классификация затрат на производство.
28. Анализ состояния и эффективности использования нематериальных активов.
29. Место управленческого анализа в системе управления предприятием.
30. Анализ инвестиционной деятельности предприятия.
31. Показатели, характеризующие состояние и эффективность труда.
32. Анализ источников формирования прибыли.
33. Методы экспресс-анализа финансового состояния предприятия.
34. 2. Основные этапы методики сравнительной рейтинговой оценки предприятий.
35. Анализ внешней и внутренней среды предприятия.
36. Анализ технической вооруженности труда.
37. Оценка уровня социального развития предприятия.
38. Анализ фонда оплаты труда на предприятии.
39. Основные экономические показатели деятельности предприятия, используемые в комплексном анализе.
40. Анализ прямых и косвенных затрат.
41. Анализ структуры продукции и услуг.
42. Оценка уровня технического развития предприятия.
43. Методическое обеспечение комплексного экономического анализа .
44. Анализ структуры и ассортимента продукции (услуг).

45. Виды и формы внутрифирменного планирования.
46. Анализ показателей рентабельности: хозяйственной рентабельности; коммерческой рентабельности; экономической рентабельности; финансовой рентабельности.
47. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности.
48. Понятие технико-организационного уровня предприятия. Задачи и информационное обеспечение анализа.
49. Оценка эффективности средств, направляемых на оплату труда.
50. Методы сравнительной рейтинговой оценки предприятий.

Примеры практических задач

Задание 1.

Провести анализ структуры основных фондов предприятия.

Анализ структуры основных средств

Основные средства	Прошлый год		Отчетный год		Изменение (+,-)	
	Сумма, тыс.руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс.руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс.руб.	Удельный вес, %
Здания и сооружения	40100		39400			
Силовые машины	5040		5600			
Рабочие машины	10300		11600			
Измерительные приборы	200		150			
Вычислительная техника	500		570			
Транспортные средства	1020		1230			
Инструменты	30		20			
Всего производственных фондов	57190		58770			
Непроизводственные основные средства	2010		1950			
Итого	59200		60720			

Задание 2.

На предприятии имеются в наличии основные фонды (тыс. руб.): основные фонды на начало года – 17430, поступило в отчетном году – 1360, в т.ч. введено в действие – 1130, выбыло в отчетном году – 670, износ основных фондов на начало года – 1620, износ основных фондов на конец года – 1440. Определить техническое состояние основных фондов.

Задание 3.

Определить сумму амортизационного фонда при условии:

среднегодовая стоимость здания 100 тыс. руб., норма амортизации – 1,6%; среднегодовая стоимость оборудования – 600 тыс.руб., норма амортизации – 8,3%; среднегодовая стоимость сооружений 250 тыс.руб., норма амортизации 5%. Чему равна средняя норма амортизации в среднем по всем видам ОПФ?

Задание 4.

По данным приведенным в таблице, определить фондоотдачу, фондоемкость и фондовооруженность ОПФ, указать на каком предприятии лучше используются ОПФ.

показатели	предприятие А	предприятие Б
товарная продукция, тыс. руб.	520000	340000
среднегодовая стоимость ОПФ, тыс.руб.	346000	12600
среднесписочная численность рабочих, чел.	800	560
прибыль от реализации продукции, тыс.руб.	8800	6700

Задание 5.

Определить технико – экономические показатели использования ОПФ (коэффициенты интенсивной, экстенсивной и интегральной нагрузок), если: производственная мощность предприятия – 14900 тыс.руб., количество рабочих дней в году исходя из принятого режима работы – 204 дн., фактически отработано – 206 дн., фактический выпуск продукции предприятием составил – 14700 тыс.руб.

Цель занятия: изучить способы и приемы анализа внеоборотных активов предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов экономического анализа внеоборотных активов предприятия в процессе практического занятия.

Задание 6.

Провести общий анализ рынка, на которых действуют предприятия (по выбору студентов). В ходе анализа необходимо оценить тип рынка; построить матрицу возможностей предприятия по проникновению на те или иные рынки; определить стадию жизненного цикла основных рыночных продуктов и построить портфельную матрицу «доля рынка – рост рынка» (матрица БКГ).

Задание 7

С помощью взвешенной балльной оценки сравнить деятельность предприятий конкурентов и оценить их конкурентоспособность (сфера деятельности – по выбору студентов; количество сравниваемых предприятий – 2-3).

Проиллюстрировать полученные результаты с помощью семантического дифференциала.

Задание 8

Используя данные таблицы, провести анализ технической вооруженности труда на предприятии.

Анализ технической вооруженности труда

Показатели	Базисный год	Отчетный год	Отклонени е	
			+ -	%
1. Среднегодовая стоимость ОПФ, тыс. руб.	250	265		
2. Среднегодовая стоимость машин и оборудования, тыс. руб.	147	160		
3. Среднесписочная численность рабочих (основных работников)	4	3		
4. Число рабочих в наибольшей смене	4	3		
5. Коэффициент использования оборудования по времени	0,8	0,82		

Задание 9

Проанализируйте технический уровень предприятия, рассчитав для этого показатели износа и обновления ОПФ:

Показатели	Базисный год	Отчетный год
1. Первоначальная стоимость ОПФ, тыс. руб.	14711	16000
2. Износ ОПФ, тыс. руб.	8547	9000
3. Стоимость ОПФ, поступивших в течение года, тыс. руб.	1248	1506

Задание 10

Дать общую оценку эффективности управления предприятием, рассчитав коэффициент эффективности управления и другие соответствующие показатели по следующим данным:

Показатели	Базисный год	Отчетный год
1. Объем реализованной продукции, тыс. руб.	65000	65644
2. Среднегодовая стоимость ОПФ, тыс. руб.	31247	33356
3. Среднегодовая численность промышленно-производственного персонала, чел.	240	224
4. Численность работников управления, чел.	37	34
5. Затраты на управление, тыс. руб.	9200	8988

Задание 11

Проанализировать изменение структуры ОПФ предприятия и оценить ее прогрессивность по следующим данным: тыс. руб.

Наименование ОПФ	На начало года	Поступило	Выбыло	На конец года
1. Здания	13364	702	-	
2. Сооружения	2757	-	-	
3. Машины и оборудование	10305	886	27	
4. Транспортные средства	4406	620	190	

5. Производственный и хозяйственный инвентарь	122	-	-	
---	-----	---	---	--

Задание 12

Используя данные таблицы, оценить влияние основных факторов на уровень материалоемкости услуг.

Анализ материалоемкости услуг

Показатели	План		Факт	
	А	В	А	В
1. Объем реализации услуг, усл. ед.	3200	1100	3500	1200
2. Цена одной услуги, руб.	250	300	260	320
3. Расход материалов на одну услугу, мл	20	30	10	40
4. Цена на материалы за 1000 мл	300	500	350	540
5. Сумма постоянных материальных затрат, тыс. руб.	65,0		70,0	

Задание 13

Используя данные таблицы, проанализировать движение персонала на предприятии.

Анализ движения персонала на предприятии человек

Показатели	Базисный год	Отчетный год	Абсолютное отклонение
1. Среднесписочная численность работающих	674	680	
2. Принято в течение года	58	61	
3. Выбыло в течение года, в т.ч. по собственному желанию	54 43	53 39	
4. Численность проработавших на предприятии весь год	618	623	

Задание 14

Выявить основные факторы, влияющие на объем реализации услуг.
Проанализировать их влияние по следующим данным:

Показатели	План	Отчет	+ -	%
1. Объем реализации услуг, тыс. руб.	930,0	995,0		
2. Численность работающих, чел.	14	15		
3. Среднегодовая выработка одного работающего, руб.				

Задание 15

Выявить основные факторы, влияющие на величину годового фонда оплаты труда.
Проанализировать их влияние по следующим данным:

Показатели	План	Отчет	+ -	%
1. Годовой фонд оплаты труда, тыс. руб.	585,0	650,0		
2. Численность работающих, чел.	14	15		
3. Среднегодовая заработная плата одного работающего, руб.				

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Содержание занятий семинарского типа.

Оценку «отлично» заслуживает обучающийся, обнаруживший глубокие и систематические всесторонние знания учебно-программного материала, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой; грамотно, правильно, логично, ясно и свободно отвечающий на все вопросы билета и дополнительные вопросы; свободно владеющий понятийным аппаратом, научным языком и терминологией дисциплины; умеющий выполнять задания, предусмотренные программой, а также умеющий приложить теоретические знания к практической деятельности; знающий основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой.

Оценка «хорошо» ставится обучающемуся за полное знание учебно-программного материала, умение пользоваться понятийным аппаратом в аспекте основных вопросов дисциплины, умение выполнять, и выполнивший, предусмотренные программой задания, знание основной рекомендованной литературы, способность к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности, логичные и корректные ответы на основные и дополнительные вопросы, однако не всегда полное, точное и аргументированное изложение ответа.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает обучающийся, обнаруживший фрагментарные, поверхностные знания основного учебного материала, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, затрудняющийся в использовании научно-понятийного аппарата и терминологии дисциплины, допустивший ошибки в ответе и выполнении заданий, однако обладающий знаниями для устранения допущенных ошибок под руководством преподавателя, при ответах на дополнительные вопросы не умеющий увязать материал с практикой и смежными разделами курса.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий и не способному к их исправлению без дополнительного обучения по дисциплине, не способному продолжать обучение и в дальнейшем приступить к профессиональной деятельности без дополнительных компетенций по данной дисциплине.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 70 из 115
---	---	--

Цель и задачи практических занятий

В ходе проведения практических занятий углубляются, систематизируются и контролируются знания студентов. Дидактические цели практических занятий: выявить способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность, осознание социальной значимости своей будущей профессии, овладение высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений, способность использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии, формирование умения аргументировано отстаивать свою точку зрения, отвечать на вопросы слушателей, выслушивать других, задавать вопросы. Дать студентам теоретические знания в области экономического анализа деятельности предприятий и практические навыки по его выполнению для их успешной последующей работы в сфере приложения данной дисциплины.

Практические занятия тесно взаимосвязаны с лекциями. Учебный материал семинаров не дублирует материала, изложенного преподавателем в лекции, но сохраняет тесную связь с его принципиальными положениями.

2.2. Виды практических занятий

Практическая работа заключается в выполнении обучающимися, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ дисциплины «Комплексный экономический анализ деятельности предприятий (организаций)», приобретение практических навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Групповой проект выполняется обучающимися в письменном виде. Отчет предоставляется преподавателю, ведущему данный предмет, в электронном и печатном виде.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. Основой практикума выступают типовые задачи, которые должен уметь решать специалист в области экономических исследований экономики предприятия (организации).

2.3 Тематика практических занятий

Тематика практических занятий

Раздел 1. Теоретические основы экономического анализа

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: Дискуссия, обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Сущность и значение комплексного экономического анализа (КЭА)

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность экономического анализа.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 71 из 115
---	---	--

2. Содержание комплексного экономического анализа и его роль в современных условиях.
 3. Системный подход к формированию экономических показателей.
 4. Предмет и задачи комплексного экономического анализа
 5. Классификация факторов и резервов повышения эффективности хозяйственной деятельности.
- Цель занятия: изучить сущность и содержание экономического анализа.
- Практические навыки: закрепление навыков применения методов изучения вопросов современного экономического анализа в процессе практического занятия.

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: Дискуссия, обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: КЭА в разработке и мониторинге планов предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Современные методы экономического анализа.
2. Использование компьютерных технологий в анализе.
3. Классификация приемов экономического анализа.
4. Горизонтальный и вертикальный анализ
5. Трендовый анализ.
6. Математические методы анализа.
7. Статистические методы проведения анализа ресурсов предприятия.
8. Матричные модели анализа.
9. Графические методы анализа.

Цель занятия: изучить методы экономического анализа.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов экономического анализа в процессе практического занятия.

Тестовые задания

1. Анализ в переводе с греческого означает:
 - 1) разложение
 - 2) обобщение
 - 3) сравнение
 - 4) группировка

2. Анализ экономических показателей начинают с:
 - 1) определение динамики показателя
 - 2) определение динамики главных факторов
 - 3) выявление количественного влияния главных факторов
 - 4) структуры показателя

3. Метод синтеза означает:
 - 1) разложение целого на составные части
 - 2) группировка показателей
 - 3) обобщение составных частей в единое целое
 - 4) сравнение

4. К внеучетным источникам анализа относятся:
 - 5) бухгалтерский учет и отчетность;
 - 6) статистический учет и отчетность;

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 72 из 115
---	--	---

- 7) оперативный учет и отчетность;
- 8) материалы внутриведомственной и вневедомственной ревизии; внешнего и внутреннего аудита.

5.К качественным показателям относятся:

- 5) рентабельность;
- 6) количество работников;
- 7) производительность труда;
- 8) удельная себестоимость.

6.Отдельные стороны, элементы изучаемых явлений и процессов отражают:

- 5) обобщающие показатели;
- 6) частные показатели;
- 7) косвенные показатели;
- 8) качественные показатели.

7.По способу формирования различают показатели:

- 5) натуральные, условно-натуральные и стоимостные;
- 6) нормативные, плановые, учетные, отчетные, аналитические;
- 7) количественные, качественные;
- 8) обобщающие и частные.

8.Анализ выступает в диалектическом, противоречивом единстве с понятием:

- 5) синтез;
- 6) дифференциация;
- 7) аудит;
- 8) метод.

9.Комплексный охват всех аспектов деятельности предприятия как системы, которая в свою очередь выступает элементом системы более высокого порядка, означает:

- 5) оперативность экономико-правового анализа;
- 6) системность экономико-правового анализа;
- 7) альтернативность экономико-правового анализа;
- 8) качественность экономико-правового анализа.

10.Метод, при котором связь между отдельными показателями выражается в форме равенства итогов, полученных в результате сопоставления, представляет собой:

- 5) индексный метод;
- 6) балансовый метод;
- 7) метод корректирующих показателей;
- 8) метод элиминирования.

11.Для выбора наилучших, оптимальных вариантов, которые определяют хозяйственные решения в сформированных или смоделированных экономических условиях, применяют:

- 5) метод функционально-стоимостного анализа;
- 6) балансовый метод;

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 73 из 115
---	---	--

- 7) экономико-математические методы;
- 8) метод стереотипов.

12. Характерными особенностями метода экономико-правового анализа являются:

- 5) выявление и измерение взаимосвязи между аналитическими показателями с целью повышения социально-экономической эффективности;
- 6) исследование внутренних противоречий (диспропорций) хозяйственно-финансовой деятельности предприятий и организаций;
- 7) расчленение обобщающих показателей на составленные элементы и их детализацию по месту и времени;
- 8) обобщение результатов анализа с целью диагностики, разработки прогнозных вариантов развития, принятия управленческих решений.

13. Метод, предполагающий сопоставление взаимосвязанных показателей хозяйственной деятельности с целью выяснения и измерения их взаимного влияния, а также подсчета резервов повышения эффективности производства, представляет собой:

- 5) индексный метод;
- 6) балансовый метод;
- 7) метод корректирующих показателей;
- 8) метод элиминирования.

14. Метод системного исследования объекта по назначению с целью повышения полезного эффекта на единицу совокупных затрат за жизненный цикл объекта, называется:

- 5) экономико-математическим методом;
- 6) методом корректирующих показателей;
- 7) методом цепных подстановок;
- 8) методом функционально-стоимостного анализа.

15. Метод, предназначенный для поиска криминальных связей исследуемого объекта с окружающей средой, называется:

- 5) методом сопряженных сопоставлений;
- 6) методом специальных расчетных показателей;
- 7) методом стереотипов;
- 8) методом корректирующих показателей.

Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: Дискуссия, обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Стратегический и маркетинговый анализ в системе КЭА

Вопросы для обсуждения:

- 1. Стратегическое планирование на предприятии
- 2. Современные методы стратегического анализа.
- 3. Использование компьютерных технологий в анализе.
- 4. Классификация приемов экономического анализа.
- 5. Горизонтальный и вертикальный анализ
- 6. Трендовый анализ.
- 7. Математические методы анализа.

8. Статистические методы проведения анализа ресурсов предприятия.
9. Матричные модели анализа.
10. Графические методы анализа.

Примеры практических заданий

Задание 1

Используя формы таблиц 1-3, провести анализ внешней и внутренней среды предприятия (предприятие выбирается студентами самостоятельно).

Таблица 1.

PEST-анализ тенденций, имеющих существенное значение для стратегии организации

(наименование организации)			
на перспективу до _____ года			
<i>Политика –Р</i>		<i>Экономика –Е</i>	
1	Выборы Президента РФ	1	Общая характеристика экономической ситуации (подъем, стабилизация, спад)
2	Выборы Государственной Думы РФ	2	Инфляция
3	Изменение законодательства РФ	3	Динамика курса российского рубля к доллару США или другой валюте
4	Отношение Вашей организации с правительством и федеральной властью в целом	4	Динамика ставки рефинансирования ЦБ РФ
5	Государственное влияние в отрасли, включая долю госсобственности	5	Основные внешние издержки для вашей организации, в том числе:
6	Государственное регулирование конкуренции в отрасли	5.1	Затраты на энергоносители
...		...	
N1		M1	
<i>Социум –S</i>		<i>Технология – Т</i>	
1	Изменения в базовых ценностях	1	Государственная технологическая политика
2	Изменения в уровне и стиле жизни	2	Значимые тенденции в области НИОКР
3	Экологический фактор	3	Новые патенты
4	Отношение к работе и отдыху	4	Оценки скорости изменения и адаптации новых технологий
5	Отношение к образованию	5	Новые продукты
6	Демографические изменения	6	Технологические изменения, имеющие существенное значение для продукта организации

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 75 из 115

7	Изменение структуры доходов		
...		...	
P1		K1	

Таблица 2.

Формат SWOT-анализа

(наименование организации)

(на период t-летней стратегии организации)

Возможности –О		Сильные стороны –S	
1		1	
2		2	
3		3	
4		4	
...		...	
N1		N2	
Угрозы –Т		Слабые стороны – W	
1		1	
2		2	
3		3	
4		4	
...		...	
M1		M2	
Внешнее окружение		Организация	

Таблица 3.

Стратегический SNW-анализ внутренней среды

(наименование организации)

(на период t-летней стратегии организации)

№ п/п	Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиций		
		S Сильная	N Нейтральная	W Слабая
1	Стратегия организации			
2	Бизнес стратегии (в целом), в том числе:			
	Бизнес № 1			
	Бизнес № 2			
	...			
	Бизнес № m			
3	Оргструктура			
4	Финансы как общее финансовое положение, в том числе:			

4.1	Финансы как состояние текущего баланса			
4.2	Финансы как уровень бухучета			
4.3	Финансы как финструктура			
4.4	Финансы как доступность инвестиционных ресурсов (кредиты, размещение ценных бумаг и т.д.)			
4.5	Финансы как уровень финансового менеджмента			
5	Продукт как конкурентоспособность (в целом), в том числе:			
	Продукт № 1			
	Продукт № 2			
	...			
	Продукт № t			
6	Структура затрат (уровень себестоимости) по бизнесу (в целом), в том числе:			
	Бизнес № 1			
	Бизнес № 2			
	...			
	Бизнес № m			
7	Дистрибуция как система реализации продукта (в целом), в том числе:			
7.1	Как материальная структура			
7.2	Как умение торговать			
8	Информационная технология			
9	Инновации как способность к реализации на рынке новых продуктов			
10	Способность к лидерству в целом (как синтез субъективных и объективных факторов), в том числе:			
10.1	Способность к лидерству первого лица организации			
10.2	Способность к лидерству всего персонала			
10.3	Способность к лидерству как совокупность объективных факторов			
11	Уровень производства (в целом), в том числе:			
11.1	Качество материальной базы			

11.2	Квалификация инженеров (ключевых производственных специалистов)			
11.3	Квалификация рабочих (основное производство)			
12	Уровень маркетинга			
13	Уровень менеджмента (т.е. качество и способность обеспечить рыночный успех всей системой менеджмента в целом)			
14	Качество торговой марки			
15	Качество персонала (в целом)			
16	Репутация на рынке			
17	Репутация организации как работодателя			
18	Отношения с органами власти (в целом), в том числе:			
18.1	С федеральным правительством			
18.2	С правительством субъекта федерации			
18.3	С органами местного самоуправления			
18.4	С системой налогового контроля			
...				
18.k				
19	Отношения с профсоюзами (в целом), в том числе:			
19.1	С корпоративным			
19.2	С отраслевым			
20	Отношения со смежниками (качество ключевых звеньев кооперационной сети организации)			
21	Инновации как исследования и разработки			
22	Послепродажное обслуживание			
23	Степень вертикальной интегрированности			
24	Корпоративная культура			
25	Стратегические альянсы			
Дополнительные стратегические позиции (с учетом специфики организации)				
226				

Цель занятия:изучить методы экономического анализа.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов экономического анализа в процессе практического занятия.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 78 из 115
---	---	--

Примеры тестовых заданий

1. Информацию о внешней среде предприятия, собранную и опубликованную другими лицами, называют:
 - А. Внешней первичной информацией
 - Б. Внешней вторичной информацией
 - В. Внутренней информацией
 - Г. Статистической информацией

2. Основным методом, используемым для анализа макросреды, является:
 - А. PEST-анализ
 - Б. SWOT-анализ
 - В. SNW-анализ
 - Г. Управленческое обследование

3. Одним из наиболее распространенных методов для оценки опасностей, возможностей, сильных и слабых сторон предприятия является:
 - А. PEST-анализ
 - Б. SWOT-анализ
 - В. SNW-анализ
 - Г. Управленческое обследование

4. Методы, используемые для анализа внутренней среды предприятия, это:
 - А. PEST-анализ и SWOT-анализ
 - Б. SWOT-анализ и SNW-анализ
 - В. SNW-анализ и управленческое обследование
 - Г. Все вышеперечисленные методы

5. Формат для проведения управленческого обследования включает следующие группы факторов:
 - А. Менеджмент и маркетинг
 - Б. Производство и финансы
 - В. Производство, финансы и персонал
 - Г. Всех названных выше групп факторов

6. Методику экономического анализа предприятия можно определить как:
 - А. Совокупность аналитических способов и правил исследования экономики предприятия
 - Б. Совокупность аналитических способов и правил исследования экономики предприятия, определенным образом подчиненных достижению цели анализа
 - В. Систему исследования, которая одинаково используется при изучении различных объектов анализа во всех отраслях экономики

7. Стратегический анализ изучает:
 - А. Финансовые результаты деятельности предприятия и финансовое состояние предприятия
 - Б. Взаимодействие технических и экономических процессов, происходящих на предприятии, и их влияние на результаты хозяйственной деятельности

В. Внешнюю и внутреннюю среду функционирования предприятия с целью разработки основных направлений развития предприятия

Г. Внешнюю (деловую) среду функционирования предприятия с целью формирования маркетинговой политики

8. Приведение показателей в сопоставимый вид предполагает:

А. Нахождение абсолютного отклонения фактического значения показателя от планового или базисного

Б. Нейтрализацию воздействия различных факторов путем приведения анализируемых показателей к единому базису

В. Нахождение относительного отклонения фактического значения показателя от планового или базисного

Г. Деление изучаемой совокупности объектов на качественно однородные группы.

Раздел 2. Анализ обеспеченности предприятия производственными ресурсами

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: Дискуссия, обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Анализ технико-организационного уровня предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие технико-организационного уровня предприятия.

2. Классификация ОПФ

3. Показатели технического состояния основных фондов предприятия.

4. Прогрессивность основного оборудования

Примеры практических задач:

Задание 1

Используя данные таблицы, провести анализ технической вооруженности труда на предприятии.

Анализ технической вооруженности труда

Показатели	Базисный год	Отчетный год	Отклонение	
			+ -	%
1. Среднегодовая стоимость ОПФ, тыс. руб.	250	265		
2. Среднегодовая стоимость машин и оборудования, тыс. руб.	147	160		
3. Среднесписочная численность рабочих (основных работников)	4	3		
4. Число рабочих в наибольшей смене	4	3		
5. Коэффициент использования оборудования по времени	0,8	0,82		

Задание 2

Используя данные таблиц, сделать вывод о прогрессивности основного (технологического) оборудования предприятия.

Таблица 1-Анализ прогрессивности структуры основных производственных фондов и уровня обновления машин и оборудования

Показатели	Базисны й год	Отчетны й год
1. Среднегодовая стоимость ОПФ, тыс. руб.	250	265
2. Среднегодовая стоимость оборудования (активной части ОПФ), тыс. руб.	147	160
3. Стоимость оборудования, поступившего в течение года, тыс. руб.	50	20
4. Стоимость оборудования, выбывшего в течение года, тыс. руб.	10	34
5. Доля активной части ОПФ		
6. Коэффициент обновления активной части ОПФ		
7. Коэффициент выбытия активной части ОПФ		
8. Коэффициент прироста активной части ОПФ		

Таблица 2 - Анализ возрастного состава основного (технологического) оборудования

Наименование оборудования	Общее количество оборудования		Сроки эксплуатации:					
	базисны й год	отчетный год	до 3 лет		от 3 до 7 лет		свыше 7 лет	
			базисны й год	отчетны й год	базисны й год	отчетны й год	базисны й год	отчетны й год
А	2	3	2	1	-	2	-	-
Б	8	8	4	3	2	3	2	2
В	4	3	-	-	3	3	1	-
Г	5	6	4	4	-	1	1	1

Цель занятия:изучить показатели организационно-технического уровня предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа для характеристики организационно-технического уровня предприятия в процессе практического занятия.

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия:Практикующее упражнение, предусматривающее решение задач по теме

Тема и содержание занятия:Анализ внеоборотных активов предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие основных фондов предприятия.
2. Порядок формирования стоимость основных фондов.

3. Оценка основных фондов.
4. Показатели состояния основных фондов.
5. Анализ эффективности основных фондов.

Примеры практических задач.

Задача 1.

Провести анализ структуры основных фондов предприятия.

Анализ структуры основных средств

Основные средства	Прошлый год		Отчетный год		Изменение (+,-)	
	Сумма, тыс.руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс.руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс.руб.	Удельный вес, %
Здания и сооружения	40100		39400			
Силовые машины	5040		5600			
Рабочие машины	10300		11600			
Измерительные приборы	200		150			
Вычислительная техника	500		570			
Транспортные средства	1020		1230			
Инструменты	30		20			
Всего производственных фондов	57190		58770			
Непроизводственные основные средства	2010		1950			
Итого	59200		60720			

Задача 2.

На предприятии имеются в наличии основные фонды (тыс. руб.): основные фонды на начало года – 17430, поступило в отчетном году – 1360, в т.ч. введено в действие – 1130, выбыло в отчетном году – 670, износ основных фондов на начало года – 1620, износ основных фондов на конец года – 1440. Определить техническое состояние основных фондов.

Задача 3.

Определить сумму амортизационного фонда при условии: среднегодовая стоимость здания 100 тыс. руб., норма амортизации – 1,6%; среднегодовая стоимость оборудования – 600 тыс.руб., норма амортизации – 8,3%; среднегодовая стоимость сооружений 250 тыс.руб., норма амортизации 5%. Чему равна средняя норма амортизации в среднем по всем видам ОПФ?

Задача 4.

По данным приведенным в таблице, определить фондоотдачу, фондоемкость и фондовооруженность ОПФ, указать на каком предприятии лучше используются ОПФ.

показатели	предприятие А	предприятие Б
товарная продукция, тыс. руб.	520000	340000
среднегодовая стоимость ОПФ, тыс.руб.	346000	12600
среднесписочная численность рабочих, чел.	800	560
прибыль от реализации продукции, тыс.руб.	8800	6700

Задача 5.

Определить технико – экономические показатели использования ОПФ (коэффициенты интенсивной, экстенсивной и интегральной нагрузок), если: производственная мощность предприятия – 14900 тыс.руб., количество рабочих дней в году исходя из принятого режима работы – 204 дн., фактически отработано – 206 дн., фактический выпуск продукции предприятием составил – 14700 тыс.руб.

Цель занятия:изучить способы и приемы анализа внеоборотных активов предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов экономического анализавнеоборотных активов предприятия в процессе практического занятия.

Примеры тестовых заданий

1.Технологическое развитие предприятия характеризует:

- А.Доля пассивной части основных производственных фондов, превышающая активную часть
- Б.Доля активной части основных производственных фондов, превышающая пассивную часть
- В.Постоянно возрастающая доля пассивной части оборудования
- Г.Постоянно увеличивающийся удельный вес основного технологического оборудования в общем объеме основных производственных фондов.

2.Техническая вооруженность труда характеризуется:

- А.Показателями производительности труда
- Б.Показателями среднегодовой, среднедневной и среднечасовой выработки одним рабочим
- В.Показателями потенциальной и фактической фондовооруженности
- Г.Показателями трудоемкости

3.Под производственной мощностью предприятия сферы услуг подразумевается:

- А.Максимально возможный объем реализации услуг при достигнутом технико-организационном уровне производства
- Б.Фактический объем реализации услуг при достигнутом технико-организационном уровне производства
- В.Плановый объем реализации услуг при достигнутом технико-организационном уровне производства
- Г.Среднегодовой темп прироста объема реализации услуг за пять последних лет

4.Прогрессивность технологического оборудования на предприятии оценивается на основании:

- А.Показателей возрастного состава, износа и обновления оборудования
- Б.Показателей фондовооруженности труда

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 83 из 115
---	---	--

В. Показателей производительности труда
 Г. Технологической структуры оборудования

5. Фондоемкость характеризует:

- А. Стоимость основных производственных фондов, приходящуюся на 1 рубль объема реализации услуг
- Б. Стоимость основных производственных фондов, приходящуюся в среднем на каждого работающего предприятия
- В. Прибыль, полученную с каждого рубля вложенных в производство основных фондов
- Г. Объем реализации услуг, полученный с каждого рубля вложенных в производство основных фондов

6. Фондоотдача характеризует:

- А. Стоимость основных производственных фондов, приходящуюся на 1 рубль объема реализации услуг
- Б. Стоимость основных производственных фондов, приходящуюся в среднем на каждого работающего предприятия
- В. Прибыль, полученную с каждого рубля вложенных в производство основных фондов
- Г. Объем реализации услуг, полученный с каждого рубля вложенных в производство основных фондов

7. Эффективность использования нематериальных активов оценивается:

- А. По стоимости нематериальных активов, приходящейся на 1 рубль объема реализации услуг
- Б. По уровню дополнительного дохода на 1 рубль капитала, вложенного в нематериальные активы
- В. По уровню рентабельности основного капитала
- Г. По объему реализации услуг, полученному с каждого рубля нематериальных активов

8. Фондорентабельность характеризует:

- А. Стоимость основных производственных фондов, приходящуюся на 1 рубль объема реализации услуг
- Б. Стоимость основных производственных фондов, приходящуюся в среднем на каждого работающего предприятия
- В. Прибыль, полученную с каждого рубля вложенных в производство основных фондов
- Г. Объем реализации услуг, полученный с каждого рубля вложенных в производство основных фондов

9. То, насколько полно используется оборудование по мощности, характеризует

- А. Фондоотдача
- Б. Интегральный коэффициент загрузки
- В. Коэффициент интенсивной загрузки
- Г. Коэффициент экстенсивной загрузки

10. Для характеристики степени привлечения оборудования в процесс производства рассчитывают

- А. Коэффициенты использования парка наличного и установленного оборудования
- Б. Фондоотдачу

В.Фондовооруженность

Г.Интегральный коэффициент загрузки

Практическое занятие 6.

Вид практического занятия: Практикующее упражнение, предусматривающее решение задач по теме

Тема и содержание занятия: Анализ материальных ресурсов предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие оборотных фондов.
 2. Состав и структура оборотных фондов.
 3. Показатели эффективности использования оборотных фондов.
- Состав материальных ресурсов предприятия.
2. Особенности обеспечения материальными ресурсами в туриндустрии.
 3. Показатели обеспеченности материальными ресурсами.
 4. Эффективность использования материальных ресурсов.

Примеры практических задач:

Задача 1.

Определить эффективность использования оборотных средств в течении года, если объем строительно-монтажных работ составляет 38700 тыс. руб. и средний размер оборотных средств – 7770 тыс. руб.

Задача 2.

Определить коэффициент оборачиваемости оборотных средств, если известно, что объем оказанных услуг 21 млн. руб., а оборотные средства равны 3 млн. руб.

Задача 3.

Определите и проанализируйте структуру оборотных средств предприятий по следующим данным:

	Сумма, млн. руб.	
Элементы оборотных средств	Предприятие 1	Предприятие 2
Производственные запасы	94,70	94,92
Незавершенное производство	16,15	27,64
Расходы будущих периодов	134,15	5,32
Готовая продукция	17,65	30,02
Прочие	87,35	62,1

Задача 4

Рассчитайте среднесуточный расход материальных ресурсов, если сумма планового расхода сырья, основных материалов, покупных изделий и полуфабрикатов составила 397,5 тыс. руб., количество рабочих дней в периоде 265.

Задача 5

Рассчитайте норматив оборотных средств на незавершенное производство, если длительность производственного цикла — 15 дней, однодневный расход - 10 тыс. руб., единовременные затраты составляют 25 тыс. руб., нарастающие затраты - 20 тыс. руб.

Задача 6.

Рассчитать снижение объема производства из-за поступления материалов плохого качества. Норма расхода сырья – 0,6 кг, фактическое количество продукции 1054 шт., увеличение отходов в связи с плохим качеством сырья составило 0,16 кг на единицу продукции.

Задача 7.

Используя данные таблицы, проанализировать степень использования материальных ресурсов в процессе производства услуг.

Анализ степени использования материальных ресурсов

Виды материальных ресурсов	Объем реализации услуг (усл. ед.)		Норма расхода ресурсов на одну услугу (м / усл. ед.)		Цена за единицу материальных ресурсов (руб. / м)		Затраты материальных ресурсов (руб.)	
	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
Ресурс 1	110	120	3	2,8	50	54		

Цель занятия:изучить способы и приемы анализа материальных ресурсов предприятия.
Практические навыки: закрепление навыков применения методов экономического анализаматериальных ресурсов предприятия в процессе практического занятия.

Практическое занятие 7.

Вид практического занятия: Практикующее упражнение, предусматривающее решение задач по теме

Тема и содержание занятия: Анализ трудовых ресурсов

Вопросы для обсуждения:

Вид практического занятия: Практикующее упражнение, предусматривающее решение задач по теме

Тема и содержание занятия: Анализ трудовых ресурсов

Вопросы для обсуждения:

- 1.Понятие трудовых ресурсов.
- 2.Состав трудовых ресурсов предприятия.
- 3.Показатели эффективности использования трудовых ресурсов предприятия.
- 4.Заработная плата как экономическая категория.
- 5.Виды и формы оплаты труда.
- 6.Анализ эффективности использования фонда оплаты труда.

Цель занятия:изучить способы и приемы анализа трудовых ресурсов предприятия.
Практические навыки: закрепление навыков применения методов экономического анализатрудовых ресурсов предприятия в процессе практического занятия.

Примеры практических задач:

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 86 из 115
---	---	--

Задача 1.

Выпуск продукции предприятия составляет 150 единиц в месяц. Установленный на предприятии норматив затрат заработной платы на 1 руб. продукции (без выплат из фонда материального поощрения) равен 25 руб. Рассчитать нормативный фонд оплаты труда, если цена единицы продукции, выпускаемой предприятием, равна 200 руб.

Задача 2.

Фонд оплаты труда в текущем году составляет 750 тыс. руб. На будущий год предприятием установлен норматив прироста фонда оплаты труда в размере 10 % за 5 %-ный прирост объема продукции. Рассчитать плановый фонд оплаты труда на данном предприятии за год.

Задача 3.

Среднесписочная численность занятых в ООО «Пальмира» – 50 человек. За год им было выплачено: в виде оплаты за фактически отработанное время (включая основную и дополнительную составляющие заработной платы) – 11250 тыс. руб., начисленных сумм выплат за очередные отпуска – 937,5 тыс. руб., а также премий, единовременных поощрений и вознаграждений по итогам работы за год в размере 2812,5 тыс. руб. определить среднегодовую заработную плату рабочих и служащих данного предприятия.

Задача 4.

На предприятии занято 50 человек. Среднегодовая заработная плата работающих на данном предприятии составляет 300 тыс. руб. Определить плановый фонд оплаты труда за год.

Задача 5.

Имеются следующие данные по предприятию об использовании рабочего времени за апрель (22 рабочих дня):

- фактически отработано рабочими, чел.-дн. ...9048;
- целодневные простои, чел.-дн.1470;
- неявки на работу, чел.-дн.4482;

в том числе:

- в связи с очередными отпусками240;
- в связи с праздничными и выходными днями.....4000.

Рассчитать коэффициент использования максимально возможного фонда рабочего времени.

Цель занятия:изучить способы и приемы анализа персонала предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализатрудовых ресурсов предприятия в процессе практического занятия.

Раздел 3. Анализ объема производства

Практическое занятие 8

Вид практического занятия:Практикующее упражнение, предусматривающее решение задач по теме

Тема и содержание занятия: Анализ производства услуг (продукции)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие продукции
2. Порядок формирования объемов производства продукции (услуг)
3. Планирование объемов производства

Примеры практических задач:

Задание 1.

Используя данные таблицы, проанализировать изменение объема реализации услуг в динамике.

Оценка динамики реализации услуг

Показатели	I	II	III
1. Объем реализации услуг, тыс. руб.	1380	1300	1411

Задание 2.

Используя данные таблицы, проанализировать влияние структурных сдвигов на объем реализации услуг. Установить основные причины изменения структуры услуг.

Анализ структуры услуг

Виды услуг	Затраты времени на 1 услугу, ч	Цена услуг и руб.	Объем реализации услуг по плану				Объем реализации услуг фактически			
			в усл.-нат. единицах $Q_{пл.}$	в нормо-часах $Q_{н-ч пл.}$	в рублях $V_{пл.}$	в %	в усл.-нат. единицах $Q_{факт.}$	в нормо-часах $Q_{н-ч акт.}$	в руб. $V_{факт.}$	в %
A	1,03	130	1000	1030	130000	77,6	1300	1339	169000	88,3
B	0,72	75	500	360	37500	22,4	300	216	22500	11,7
Всего	-	-	-	1390	167500	100	-	1555	191500	100

Задание 3.

Используя данные таблицы, дать оценку ритмичности работы предприятия.

Анализ ритмичности работы предприятия

Декады месяца	Число рабочих дней	Объем реализации услуг за январь, тыс. руб.		
		по плану	фактически	фактически в пределах плана
I	7	23,5	26,6	
II	10	33,6	30,0	
III	11	36,9	44,7	
Итого				

Цель занятия: изучить способы и приемы анализа объемов производства предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа объемов производства продукции предприятия в процессе практического занятия.

Практическое занятие 9

Вид практического занятия: Практикующее упражнение, предусматривающее решение задач по теме

Тема и содержание занятия: Анализ объема реализации услуг (продукции)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие объема реализации продукции (услуг)
2. Правила формирования объемов реализации продукции (услуг)
3. Планирование объемов реализации продукции (услуг)
4. Показатели выполнения плана объемов реализации услуг

Примеры практических заданий

Задание 1

Используя данные таблицы, проанализировать изменение объема реализации услуг в динамике.

Оценка динамики реализации услуг

Показатели	I	II	III
1. Объем реализации услуг, тыс. руб.	1380	1300	1411

Задание 2

Цель занятия: изучить способы и приемы анализа объемов реализации предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа объемов реализации продукции предприятия в процессе практического занятия.

Примеры тестовых заданий

1. Выполнение плана с применением методов сравнения составляет:

Вариант ответа	Объем производства, шт		Абсолютное отклонение от плана	Выполнение плана, %
	План	Факт		
а)	200	300	+100	145,55
б)	250	350	+100	140,25
в)	420	380	-50	90,48
г)	440	500	+60	113,64

2. Затраты в функционально-стоимостном анализе подразделяются на:

- а) функционально-необходимые затраты
- б) излишние затраты
- в) важные затраты
- г) систематизированные затраты
- д) все перечисленное

3. Способы элиминирования в детерминированном факторном анализе являются:

- а) способ цепной подстановки
- б) индексный
- в) абсолютных разниц
- г) относительных разниц
- д) интегральный
- е) логарифмирования

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 89 из 115
---	--	---

ж) все перечисленное

4. При оценке влияния факторов на результат с применением метода цепной подстановки количество условных показателей:

- а) равно числу факторов
- б) меньше числа факторов на единицу
- в) больше числа факторов на единицу
- г) больше числа факторов на два пункта

5. Основными функциями управленческого анализа являются:

- а) производственный учет и калькулирование
- б) управленческий анализ
- в) управленческий контроль
- г) бюджетирование
- д) внутренняя сегментарная отчетность
- е) все перечисленное

6. Используя алгебраический метод, определить безубыточный (критический) объем продаж предприятия сервиса при значениях показателей данного релевантного ряда: цена единицы продукции (работ, услуг) – 6 руб.; переменные затраты на единицу продукции (работ, услуг) – 4 руб.; постоянные затраты – 100 руб.:

- а) 50 ед;
- б) 100 ед;
- в) 80 ед.,
- г) ни один ответ не верен.

7. Зона безопасности при значениях показателей данного релевантного ряда: фактический объем продукции (работ, услуг) – 150 ед., цена единицы продукции (работ, услуг) – 8 руб., переменные затраты на единицу продукции (работ, услуг) – 6 руб., постоянные затраты – 200 руб. составляет:

- а) 80 ед;
- б) 100 ед;
- в) 50 ед. ;
- г) ни один ответ не верен.

8. Какой объем продукции (работ, услуг) обеспечит получение прибыли в размере 200 руб., если: цена единицы продукции (работ, услуг) – 6 руб.; переменные затраты на единицу продукции (работ, услуг) – 4 руб.; постоянные затраты – 100 руб.:

- а) 100 ед;
- б) 150 ед;
- в) 190 ед.,
- г) ни один ответ не верен.

9. При выручке в сумме 500 тыс.руб., производственных издержках – 100 тыс.руб., издержках финансового характера в сумме 200 тыс.руб. чистая прибыль (леверидж) составляет:

- а) 100 тыс.руб.,
- б) 200 тыс.руб.,
- в) 190 тыс.руб.,

г) ни один ответ не верен.

10. Рентабельность окупаемости затрат продукции (работ, услуг) в объеме 200 тыс. шт. по цене 6 тыс. руб., переменные затраты на единицу продукции (работ, услуг) – 4 руб.; постоянные затраты – 100 тыс. руб. составляет, %:

а) 20,25 %,

б) 42,25 %,

в) 33,33 %,

г) ни один ответ не верен.

11. С применением методов маркетингового анализа систематизировать стадии жизненного цикла продукции (работ, услуг) и выбрать верный вариант:

Вариант ответа	Стадия	Характеристики стадии жизненного цикла товара (продукции, работ, услуг)
а)	«нулевая»	Выпуск на рынок и внедрение. Изучение потребительского спроса. Прибыль не высока, но есть надежда на рост спроса, увеличение выручки и прибыли
б)	«первая»	Зрелость. Стабильный спрос на рынке, рост выручки
в)	«вторая»	Рост спроса и продаж, покрытие затрат, увеличение прибыли. Но сохраняются дополнительные затраты на рекламу и поддержание спроса на рынке
г)	«третья»	Насыщение рынков и спад потребительского спроса
д)	«четвертая»	Изучение и апробация новых видов продукции (работ, услуг)

12. Основными причинами понижения качества продукции (работ, услуг) являются:

а) плохое качество сырья

б) низкий уровень технологии и организации производства

в) низкая квалификация работников

г) ритмичность производства

д) аритмичность производства

е) брак

13. Наличие и состояние технико-организационного уровня основных фондов на конец отчетного периода с учетом их движения составляет, тыс.руб.:

Вариант ответа	Группа основных фондов	Наличие на нач. год	Поступило за год	Выбыло за год	Наличие на конец год.
а	Всего основных фондов	12 300	2 500	1 100	12 700
б	Всего основных фондов	11 100	1 900	1 300	10 500
в	Всего основных фондов	14 500	2 700	1 400	15 800
г	Всего основных фондов	10 400	1 500	1 200	11 100

14. Задачами инвестиционного анализа являются:

а) оценка соответствия выполненных работ (услуг) условиям инвестиционного проекта

б) оценка динамики степени выполнения плана инвестиционного проекта

в) оценка безубыточности капиталовложений на основе элементов денежных потоков

г) изыскание резервов повышения эффективности инвестиций

д) все перечисленное

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 91 из 115
---	--	---

15. Баланс считается абсолютно ликвидным, если:

- а) $A1 > П1$; $A2 > П2$; $A3 > П3$; $A4 > П4$
б) $A1 > П1$; $A2 > П2$; $A3 < П3$; $A4 < П4$
в) $A1 > П1$; $A2 > П2$; $A3 > П3$; $A4 < П4$
г) $A1 > П1$; $A2 < П2$; $A3 > П3$; $A4 > П4$

Практическое занятие 10

Вид практического занятия: Практикующее упражнение, предусматривающее решение задач по теме

Тема и содержание занятия: Анализ качества услуг (продукции)

Вопросы для обсуждения:

1. Показатели качества продукции (услуг) предприятия
2. Методы анализа качества

Пример практического задания:

Задание 1

По приведенным ниже данным определить влияние потерь в результате некачественно выполненных услуг на объем реализации услуг:

- объем реализации услуг – 1411 тыс. руб.;
- себестоимость услуг – 1106 тыс. руб.,
в том числе себестоимость услуг, вызвавших претензии по качеству выполнения со стороны клиентов (требующих переделки, полного или частичного возмещения стоимости испорченного изделия) – 100 тыс. руб.;
- расходы, связанные с переделкой некачественно выполненных услуг и полной или частичной компенсацией стоимости испорченного изделия – 20 тыс. руб.;
- удержания с виновных лиц – 5 тыс. руб.

Цель занятия: изучить способы и приемы анализа объемов реализации предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа объемов реализации продукции предприятия в процессе практического занятия.

Практическое занятие 11

Вид практического занятия: Практикующее упражнение, предусматривающее решение задач по теме

Тема и содержание занятия: Анализ качества обслуживания

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие качества.
2. Профессиональные требования к качеству обслуживания.
3. Стандарты качества.

Примеры практических заданий:

Задание 1

Проанализировать качество обслуживания потребителей на предприятии по следующим данным:

Показатели (в условно-натуральном выражении)	Базисный год	Отчетный год	%
Общее количество оказанных услуг, из которых:	50000	55000	
- количество услуг, выполненных в срок и досрочно	48000	51000	
- количество услуг, выполненных по прогрессивным технологиям	30000	40000	
- количество услуг, выполненных с учетом замечаний потребителей (забракованных услуг)	500	1300	

Задание 2

Проанализировать потери от брака и их влияние на объем реализации услуг по следующим данным:

Показатели	Значения показателей, тыс. руб.
1. Объем реализации услуг	200,0
2. Себестоимость всех реализованных услуг, в том числе себестоимость некачественно выполненных услуг (забракованных услуг)	160,0 20,0
3. Затраты на исправление и доработку некачественно выполненных услуг (забракованных услуг)	5,0
4. Удержания с виновных лиц	12,0

Цель занятия: изучить способы и приемы анализа качества обслуживания.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа качества обслуживания в процессе практического занятия.

Примеры тестовых заданий:

1. Определите рентабельность продаж на основе следующих данных: выручка от реализации продукции – 785 млн руб., себестоимость реализованной продукции – 615 млн руб.:

- 5) 127%;
- 6) 21,6%;
- 7) 83%;
- 8) 18,3%.

2. Установите, какие из ниже перечисленных факторов прямо влияют на прибыль от продажи товарной продукции:

- 6) объем продажи;
- 7) отпускная цена товара;
- 8) сроки продажи;
- 9) качество продукции;
- 10) себестоимость продукции.

3. Установите, как меняется себестоимость продукции при росте цен на продукцию:

- 4) себестоимость снижается;

- 5) себестоимость увеличивается;
- 6) себестоимость не меняется.
4. Опознайте, какие из ниже перечисленных факторов прямо влияют на рентабельность затрат:
- 6) прибыль от продажи продукции;
- 7) оборачиваемость основного капитала;
- 8) степень финансовой независимости организации;
- 9) производственная себестоимость продукции;
- 10) коммерческие расходы.
5. Укажите условия, сильнее остальных препятствующие росту прибыли от реализации:
- 6) рост объема реализации при пропорциональном росте себестоимости продукции и услуг;
- 7) рост объема реализации более медленными темпами по сравнению с ростом себестоимости продукции и услуг;
- 8) снижение объема реализации при пропорциональном снижении себестоимости;
- 9) снижение объема реализации при сохраняющемся уровне себестоимости.
- 10) рост объема реализации более быстрыми темпами, чем рост себестоимости продукции и услуг.
6. Заполните пропущенные ключевые слова:
- 4) полная себестоимость продукции – это выраженные в денежной форме затраты на её ...

- 5) чистая прибыль – это прибыль, остающаяся после
- 6) балансовая прибыль складывается из прибыли и сальдо
7. Определите, как меняется себестоимость при снижении цен и тарифов на потребленные материальные ресурсы:
- 4) себестоимость снижается;
- 5) себестоимость увеличивается;
- 6) себестоимость не меняется.
8. Определите темпы роста прибыли, если в предыдущем году её сумма составляла 800 тыс. руб., а в отчетном – 650 тыс. руб.:
- 5) 81%;
- 6) 181%;
- 7) 110%;
- 8) нет верных ответов.
9. Расположите приведенные ниже элементы в правильной последовательности, соответствующей их представлению в Отчете о финансовых результатах
- 5) прибыль до налогообложения (балансовая);
- 6) прочие доходы и расходы;
- 7) прибыль от продаж;
- 8) чистая прибыль.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 94 из 115
---	---	--

10. Определите уровень рентабельности собственных средств, если коэффициент автономии = 0,5; рентабельность реализации = 0,22; коэффициент оборачиваемости активов = 1,5:

- 5) 0,165
- 6) 0,66
- 7) 0,073
- 8) 1,7

11. Укажите, какие из ниже перечисленных методов обычно используются в анализе финансовых результатов:

- 5) горизонтальный анализ;
- 6) вертикальный анализ;
- 7) теория игр;
- 8) факторный анализ.

12. При выручке в сумме 500 тыс. руб., производственных издержках – 100 тыс. руб., издержках финансового характера в сумме 200 тыс. руб. чистая прибыль составляет:

- 5) 100 тыс. руб.;
- 6) 150 тыс. руб.;
- 7) 190 тыс. руб.;
- 8) ни один ответ не верен.

13. Определите, как изменится прибыль, если себестоимость возрастет более медленными темпами, чем объем реализации:

- 4) прибыль увеличится;
- 5) прибыль уменьшится;
- 6) прибыль не изменится.

14. Укажите ошибочное определение:

- 4) Прибыль – это разница между доходами и расходами организации за определенный период;
- 5) Прибыль – это абсолютный показатель финансовых результатов деятельности предприятия;
- 6) Прибыль – это совокупность доходов, полученных организацией за определенный период;

15. Из ниже перечисленных факторов выберите те, которые влияют на прибыль от продажи:

- 5) объем продаж;
- 6) прочие доходы;
- 7) отпускная цена;
- 8) прочие расходы.

Раздел 4. Анализ себестоимости и финансовых результатов

Практическое занятие 12.

Вид практического занятия: Практикующее упражнение, предусматривающее решение задач по теме

Тема и содержание занятия: Анализ себестоимости услуг (продукции)

Вопросы для обсуждения:

1. Роль анализа себестоимости в управлении предприятием.
2. Задачи анализа себестоимости услуг, работ и продукции.
3. Объекты анализа.
4. Информационная база анализа себестоимости.
5. Состав отчетности по затратам.

Примеры практических задач:

Задача 1.

Используя данные таблицы, проанализировать влияние основных факторов на изменение показателя затрат на 1 рубль объема реализации услуг.

Анализ затрат на 1 рубль объема реализации услуг

Показатели	В базисном году		В отчетном году
	с учетом объема реализации услуг базисного года	в пересчете на объем реализации услуг отчетного года	
1. Объем реализации услуг, тыс. руб.	1300		1411
2. Общая сумма затрат, тыс. руб.	1100		1106
3. Затраты на 1 рубль объема реализации услуг, коп.			

Количество услуг, реализованных в базисном периоде, – 4800 усл.-нат. ед., в отчетном периоде – 5000 усл.-нат. ед.

Задача 2.

Используя данные таблицы, проанализировать изменение себестоимости по статьям расходов.

Анализ себестоимости по статьям расходов

Статьи расходов	В базисном году с учетом		В отчетном году	Изменение затрат	
	объема реализации и услуг базисного года	объема реализации услуг отчетного года		за счет изменения объема реализации	за счет экономии (перерасхода) по статьям
1. Сырье и материалы	210		212		
2. Фонд оплаты труда	310		311		
3. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	55	-	54	-	

4.Общепроизводственные расходы	35	-	33	-	
5. Общехозяйственные расходы	410	-	414	-	
6.Внереализационные (коммерческие) расходы	80	-	82	-	
Полная себестоимость услуг					

Цель занятия:изучить способы и приемы анализа себестоимости услуг.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализасебестоимости услуг (продукции) предприятия в процессе практического занятия.

Практическое занятие 13.

Вид практического занятия:Практикующее упражнение, предусматривающее решение задач по теме

Тема и содержание занятия:Анализ прибыли

Вопросы для обсуждения:

- 1.Понятие прибыли.
- 2.Факторы, влияющие на размер прибыли.
- 3.Показатели прибыли.
- 4.Информационные источники для анализа прибыли.

Примеры практических заданий:

Задание 1.

Используя данные таблицы , показать влияние основных факторов на изменение прибыли от реализации услуг. Оформить результаты в соответствии с предложенной таблицей.

Анализприбылиотреализациииуслуг

тыс. руб.

Показатели	В базисном году		В отчетном году
	с учетом объема реализации услуг базисного года	в пересчете на объем реализации услуг отчетного года	
1. Объем реализацииуслуг	1300		1411
2. Себестоимость услуг	1100		1106
3. Прибыльот реализацииуслуг			

Анализ основных факторов, влияющих на изменение прибыли отреализациииуслуг

Основные факторы	Расчет их влияния на прибыль	Изменение прибыли под воздействием факторов
1. Изменение объема реализации услуг (физического объема)		

2. Изменение цен на услуги		
3. Изменение себестоимости услуг		
4. Изменение структуры услуг		

Цель занятия:изучить способы и приемы анализа прибыли предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализаприбыли предприятия в процессе практического занятия.

Практическое занятие 14.

Вид практического занятия:Практикующее упражнение, предусматривающее решение задач по теме

Тема и содержание занятия:Анализ доходов предприятия

Вопросы для обсуждения:

- 1.Виды доходов предприятия.
- 2.Показатели доходности.
- 4.Информационные источники для анализа доходов.

Пример практического задания

Задание 1

Используя данные бухгалтерского учета и отчетности предприятия (по выбору студента), классифицируйте доходы предприятия

Цель занятия:изучить способы и приемы анализа доходов предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализадоходов предприятия в процессе практического занятия.

Примеры практических задач:

Практическое занятие 15.

Вид практического занятия:Практикующее упражнение, предусматривающее решение задач по теме

Тема и содержание занятия:Анализ эффективности хозяйственной деятельности предприятия

Вопросы для обсуждения:

- 1.Показатели эффективности деятельности предприятия.
- 2.Информационные источники для анализа эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Пример практического задания

Объем реализации продукции в базисном году составил 7900,0 тыс. руб, в отчетном – 8500,0 тыс. руб.

Определить соотношение экстенсивных и интенсивных факторов развития предприятия и сделать вывод о возможности повышения эффективности хозяйственной деятельности данного предприятия.

Оценка экстенсивности экономического развития

Показатели	Базисны й год	Отчетны й год	Отклонени е	
			+ -	%
1. Среднесписочная численность основных рабочих, чел.	20	21		
2. Фонд оплаты труда основных рабочих, тыс. руб.	3000,0	3432,0		
3. Среднегодовая стоимость основных производственных фондов	2500,0	2670,0		
4. Годовой остаток оборотных средств	3300,0	3500,0		
5. Материальные затраты	2300,0	2800,0		

Оценка интенсивности экономического развития

Показатели	Базисны й год	Отчетны й год	Отклонени е	
			+ -	%
1. Среднегодовая выработка основного рабочего				
2. Среднегодовая заработная плата основного рабочего				
3. Фондоотдача				
4. Коэффициент оборачиваемости				
5. Материалоотдача				

Сводный анализ эффективности показателей хозяйственной деятельности предприятия

Виды ресурсов	Прирост ресурса на 1% прироста объема реализации и продукции, %	Доля влияние на прирост объема реализации продукции		Относительная экономия (перерасход) ресурсов
		экстенсивност и	интенсивност и	
1. Численность основных				



рабочих				
2. ФОТ основных рабочих				
3. Основные производственные фонды				
4. Оборотные средства				
5. Материальные ресурсы				

Цель занятия: изучить способы и приемы анализа эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа эффективности деятельности предприятия в процессе практического занятия.

Перечень тем группового проекта:

21. Роль комплексного анализа в управлении.
22. Роль анализа в разработке и мониторинге основных плановых показателей.
23. Сущность экономического анализа хозяйственной деятельности предприятия.
24. Современные методы экономического анализа.
25. Анализ эффективного использования основных фондов (на примере конкретного предприятия)
26. Анализ состояния и эффективности использования внеоборотных активов.
27. Анализ использования материальных ресурсов.
28. Анализ эффективности использования средств фонда оплаты труда.
29. Анализ состава и эффективности использования персонала предприятия.
30. Анализ материальных ресурсов предприятия.
31. Маркетинговый анализ в системе комплексного экономического анализа.
32. Задачи и информационное обеспечение анализа технико-организационного уровня предприятия.
33. Анализ численного состава и структуры квалификации персонала по различным критериям.
34. Анализ технической вооруженности труда.
35. Оценка уровня социального развития предприятия.
36. Место управленческого анализа в системе управления предприятием.
37. Методическое обеспечение комплексного экономического анализа .
38. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности.
39. Понятие технико-организационного уровня предприятия. Задачи и информационное обеспечение анализа.
40. Оценка эффективности средств, направляемых на оплату труда.

Раздел 1. Понятие, сущность и виды стратегического анализа

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 100 из 115</i>
---	---	---

Практическое занятие 16.

Вид практического занятия: Дискуссия, обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Сущность и особенности стратегического анализа.

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность стратегического анализа.
2. Задачи стратегического анализа.
3. Особенности стратегического анализа деятельности предприятия.
4. Факторы, влияющие на выбор стратегии предприятия.

Цель занятия: изучить способы и приемы стратегического анализа

Практические навыки: закрепление навыков применения методов стратегического анализа в процессе практического занятия.

Практическое занятие 17.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Виды и методы стратегического анализа

Вопросы для обсуждения:

1. Виды стратегического анализа.
2. Методы стратегического анализа.
3. Роль стратегического анализа в управлении предприятием.

Цель занятия: изучить виды и приемы стратегического анализа

Практические навыки: закрепление навыков применения методов стратегического анализа в процессе практического занятия.

Пример тестовых заданий:

1. Что относится к одному из условий формирования стратегии:

- а) текучесть кадров;
- б) темпы НТП;
- в) рациональное распределение ресурсов;
- г) улучшение условий труда.

2 В чем заключается суть Темологическое подхода к изучению предприятия:

- а) основная роль принадлежит окружению предприятия;
- б) предприятие — это система, которой можно управлять, определять ее цели и деятельность.
- в) анализ рентабельности предприятия;
- г) образование внутренних связей, как результат социального поведения предприятия.

3 Одним из факторов внешней среды предприятия являются:

- а) улучшение труда и имидж предприятия;
- б) сбыт, продвижение товара;
- в) сканирование среды, неконкурентноспособность продукции;
- г) наличие оборудования, спортивной базы, библиотеки.

4 Стратегия предприятия это —

- а) планирование реализации и производства товаров и услуг для определенного сегмента рынка;

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 101 из 115</i>
---	---	---

- б) детальный план предназначен для того, чтобы обеспечить миссию организации и достижения ее целей;
- в) финансовый план предприятия, составленный для его внутренней среды и разработан для каждого подразделения предприятия;
- г) пути достижения тактических целей предприятия, определение источников его финансирования.

5 Основной момент корпоративной стратегии:

- а) распределение ресурсов между подразделениями;
- б) разрабатывается в рамках функциональных подразделений;
- в) разрабатывается для предприятий, выпускающих однотипную продукцию;
- г) направления на отдельные подразделения или продукты.

6 Условиями формирования стратегии являются:

- а) рациональное использование ресурсов;
- б) рост конкуренции;
- в) основные подходы к изучению предприятия.

7 Типами стратегии являются:

- а) технологической, финансовой, базовая стратегии;
- б) экологической, ресурсная стратегия, стратегия безопасности;
- в) конкурентная, корпоративная, функциональная стратегии.

8 На внутреннюю среду предприятия влияют:

- а) уровень инфляции;
- б) стиль жизни потребителя;
- в) квалификация рабочей силы;
- г) конкуренты.

9 Для определения информации используются следующие способы:

- а) оценка и контроль результатов деятельности предприятия;
- б) личный опыт;
- в) изменение организационной структуры;
- г) прогнозирование.

10 Стратегия — это ...:

- а) деятельность предприятия, направленная на появление новых методов прогнозирования будущего;
- б) подробный, всесторонний комплексный план;
- в) организация управления рынком и внешним окружением;
- г) диверсификация продукции с целью завоевания рынка.

Раздел 2. Анализ макроокружения

Практическое занятие 18.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов.

Тема и содержание занятия: Основные составляющие макроокружения

Вопросы для обсуждения:

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 102 из 115
---	--	--

Макроокружение организации (факторы косвенного воздействия).

2. Экономические факторы.

3. Политические факторы.

4. Социальные факторы.

Цель занятия: изучить составляющие макроокружения предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа макроокружения предприятия в процессе практического занятия.

Практическое занятие 19.

Вид практического занятия: Практикующее упражнение, предусматривающее решение задач по теме

Тема и содержание занятия: Методы анализа макроокружения

Вопросы для обсуждения:

1. PEST анализ.
2. Матрица SWOT.
3. Матрица МСС.

Пример практического задания:

Задание:

Провести SWOT-анализ гостиницы «Шереметев Парк Отель» на основе данных таблицы. Шереметьев Парк Отель находится на Шереметьевском проспекте г. Иваново недалеко от побережья реки Уводь, расположен отель в центральной части города. Он начал работать в октября 2006 года. Появление отеля уровня 4 звезд было очень актуальным для города, поскольку последние проверки показали отсутствие в Иванове гостиниц высокого уровня, тогда и было принято решение об открытии в Иванове нового отеля.

Шереметьев парк отель отмечен различными наградами за высокий уровень оказания услуг и проживания постояльцев. В отеле гостям предлагают разнообразный спектр услуг, большинство которых предлагаются за дополнительную плату. В отеле можно отпраздновать корпоративный новый год или другое празднование. Для таких событий организуется дискотека, накрываются столы, подготавливается особая праздничная программа.

«Шереметев Парк Отель» включает в себя велнес-центр, бизнес-центр, «Буфет» и Ресторан-Клуб "Шереметев", клиентам предлагаются гостиничные номера уровня люкс.

SWOT-анализ на примере гостиницы "Шереметев Парк Отель"

	Позитивные факторы (Плюсы) S	Отрицательные факторы (минусы) W
Внутренняя среда	1) Расположение в центре, на Шереметьевском проспекте, близ от Серебряного города и большого количества компаний и университетов. 2) Развитая собственная инфраструктура отеля. 3) Большое количество предлагаемых услуг клиентам. 4) 10 лет работы в сфере	1) Линейная система руководства, начальники отделений не имеют достаточных полномочий для принятия всех необходимых решений. Иногда решение руководителя не удастся получить оперативно. 2) Отель находится в относительной близости от железнодорожного вокзала, однако автовокзал и

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 103 из 115
---	---	---

	гостиничного бизнеса. 5) Высокий уровень безопасности проживания в гостинице, развита система охраны. 6) Известность отеля в Ивановской области, хорошие отзывы гостей. 7) Наличие специальных договоров для клиентов корпоративных фирм. 8) Возможность проведения в залах отеля встреч, банкетов, празднований и других мероприятий. 9) Гибкое ценообразование, учитываются сезонные факторы. Дополнительные услуги тарифицируются отдельно, то есть при желании клиент может сэкономить, отказавшись от дополнительных услуг, например, посещения сауны. 10) Регулярно обновляемый сайт в интернете. 11) Обеспечение бесперебойной работы всех служб отеля. 12) Мотивирование работников за высокие результаты. 13) Регулярные курсы по повышению квалификации сотрудников. 14) Данные проводимых маркетинговых исследований позволяют отслеживать ситуацию на рынке, поведение конкурентов, цены на услуги других гостиниц. 15) Внимание к клиентам, удовлетворение потребностей и просьб постояльцев, незамедлительное устранение всех недочетов, поздравление клиента с днем рождения, если он проживает в отеле. 16) Проведение обучающих тренингов для сотрудников и менеджмента отеля.	аэропорт расположены в другой части города (более полу часа езды на автомобиле), поэтому некоторые гости города останавливаются в других гостиницах города Иваново и Кохмы, в квартирах посуточно. 3) Не сформированы характеристики постоянных гостей, что затрудняет развитие системы скидок и бонусов. 4) Цены за проживание в отеле очень высокие для Иванова, значительно выше среднего уровня. 5) В отеле достаточно ограниченное число номеров, поэтому сложно разместить групп туристов. 6) Площадь залов отеля ограничена и не может вместить коллектив крупных предприятий, поэтому на корпоративные праздники продается ограниченное число билетов.
	Имеющиеся возможности (О)	Возникающие угрозы (Т)
Внешняя среда	1) Охват клиентов разного уровня дохода благодаря разнообразным	1) Развитие аренды квартир посуточно.

ценовым предложениям, в том числе с учетом сезонности. 2) Расширить спектр предлагаемых клиентам услуг. 3) Выход на рынок бизнес-уровня (проведение в отеле семинаров, симпозиумов, региональных и международных конференций). 3) Реконструкция номерного фонда и залов отеля, способствующая более гибкой ценовой политике. 4) Развитие навыков, умений и квалификации персонала отеля. 5) Развитие бонусной системы для постоянных клиентов, гибкое ценообразование, предоставление разнообразных услуг гостям. 6) Улучшение номерного фонда и качества предлагаемых услуг и в перспективе повышение уровня гостиницы до 5 звезд. 7) Применение инноваций в деятельности отеля.	2) Экономический кризис в стране. 3) Ценовой демпинг конкурентов. 4) Сезонная загрузка гостиницы.
--	---

Цель занятия: изучить способы и приемы анализа макроокружения предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа макроокружения предприятия в процессе практического занятия.

.Раздел 3 Анализ конкурентов

Практическое занятие 20.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов.

Тема и содержание занятия: Элементы конкурентной среды

Вопросы для обсуждения:

1. Конкурентная среда: понятие.
2. Элементы конкурентной среды.
3. Влияние конкурентной среды на развитие предприятия.

Цель занятия: изучить элементы конкурентной среды предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа конкурентной среды предприятия в процессе практического занятия.

Практическое занятие 21.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов.

Тема и содержание занятия: Силы конкуренции и их анализ

Вопросы для обсуждения:

1. Силы конкуренции: понятие.
2. Элементы конкурентной среды.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 105 из 115
---	--	--

Цель занятия:изучить элементы конкурентной среды предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа конкурентной среды предприятия в процессе практического занятия.

Практическое занятие 22.

Вид практического занятия:Обсуждение докладов.

Тема и содержание занятия: Методы анализа конкурентов

Вопросы для обсуждения:

- 1.Конкурентная среда: понятие.
- 2.Элементы конкурентной среды.
- 3.Влияние конкурентной среды на развитие предприятия.

Цель занятия:изучить элементы конкурентной среды предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа конкурентной среды предприятия в процессе практического занятия.

Примеры тестовых заданий:

1.Объектом конкуренции являются:

- 5) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
- 6) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;
- 7) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;
- 8) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.

2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:

- 5) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
- 6) издержки производства и сбыта;
- 7) полезный эффект и цена потребления;
- 8) потребительская новизна товара.

3.Форма расчета с поставщиками, транспортабельность товара, надежность поставки относятся к:

- 5) производственным факторам конкурентоспособности;
- 6) рыночным факторам конкурентоспособности;
- 7) сбытовым факторам конкурентоспособности;
- 8) сервисным факторам конкурентоспособности.

4. Кто использует стратегию компиляции или стратегию адаптации?

- 5) рыночные лидеры;
- 6) челенджеры;
- 7) нишеры;
- 8) последователи.

5.К наследственным конкурентным преимуществам персонала относится:

- 5) темперамент;
- 6) умение формулировать личные цели и цели коллектива;
- 7) умение управлять своими эмоциями;
- 8) общительность коммуникабельность.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 106 из 115
---	--	--

6. Конкурентоспособность товара - это:

- 4) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;
- 5) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;
- 6) закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.

7. Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:

- 5) запас конкурентоспособности товара;
- 6) потребительская ценность товара;
- 7) цена продажи товара;
- 8) себестоимость товара.

8. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара:

- 5) ценовая конкуренция;
- 6) неценовая конкуренция;
- 7) недобросовестная конкуренция;
- 8) прямая конкуренция.

9. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества:

- 5) виолентная стратегия;
- 6) коммутантная стратегия;
- 7) пациентная стратегия;
- 8) экплерентная стратегия.

10. Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:

- 5) виолентная стратегия;
- 6) коммутантная стратегия;
- 7) пациентная стратегия;
- 8) экплерентная стратегия.

Раздел 4 Анализ внутренней среды

Практическое занятие 23.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов.

Тема и содержание занятия: Внутренняя среда предприятия и ее составляющие

Вопросы для обсуждения:

1. Внутренняя среда предприятия.

2. Методы анализа внутренней среды предприятия.

Цель занятия: изучить внутреннюю среду предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа внутренней среды предприятия в процессе практического занятия.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 107 из 115
---	--	--

8 семестр

Раздел 1 Маркетинговый анализ деятельности предприятия

Практическое занятие 24.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов.

Тема и содержание занятия: Анализ рынка

Вопросы для обсуждения:

1. Конкурентная среда: понятие.
2. Элементы конкурентной среды.
3. Влияние конкурентной среды на развитие предприятия.

Цель занятия: изучить элементы конкурентной среды предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа конкурентной среды предприятия в процессе практического занятия.

Примеры тестовых заданий

1. Распределение рынка на четкие группы потребителей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и комплексы маркетинга — это процесс:

- А) регулирование рынка
- Б) сегментация рынка
- В) классификации рынка
- Г) позиционирование товара на рынке

2. Сегмент рынка характеризуется:

- А) стабильной конкурентоспособностью продукции;
- Б) спросом потребителей, который является однородным по характеру;
- В) дифференцированным спросом потребителей;
- Г) различными потребностями потребителей.

3. Позиционирование товаров — это:

- А) обеспечение товара четко обособленного места на рынке и в сознании потребителей;
- Б) детальный анализ характеристик товаров и услуг, которые реализуют и предоставляют конкуренты;
- В) технология выкладки товаров в розничной сети;
- Г) определение конкурентоспособности товара.

4. К основным элементам комплекса маркетинга относятся:

- А) товар, цена, методы распространения и методы продвижения;
- Б) нужда, потребность, спрос, товар, цена методы распространения и методы продвижения;
- В) спрос, совокупность существующих и потенциальных покупателей, товар, цена методы распространения и методы продвижения;
- Г) нужда, спрос, товар, цена методы распространения.

5. Несколько сегментов рынка, отобранных для маркетинговой деятельности фирмы, имеющие название:

- А) потребительская группа;
- Б) рыночная ниша;
- В) рыночное окно;
- Г) целевой рынок.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 108 из 115
---	--	--

6. Маркетинг, который направляет деятельность предприятия на несколько сегментов рынка, имеет название:
- интегрированный;
 - дифференцированный;
 - недифференцированный;
 - концентрированный.
7. Маркетинг, который направляет деятельность предприятия на один сегмент рынка, называется:
- интегрированный;
 - дифференцированный;
 - недифференцированный;
 - концентрированный.
8. Предприятие предлагает косметику для разных возрастных групп женщин, то есть использует при сегментации:
- психографические признаки;
 - демографические признаки;
 - географические признаки;
 - поведенческие признаки.
9. Предприятие предлагает различные программы поощрения постоянных покупателей в зависимости от суммы их годовых покупок, то есть использует:
- психографические признаки;
 - демографические признаки;
 - географические признаки;
 - поведенческие признаки.
10. Предприятие, рекламируя новое мыло, делает акцент на том, что в состав сырья входит около 70% увлажняющего крема, то есть использует стратегию позиционирования:
- по цене;
 - по традициям;
 - по имиджу;
 - по особым характеристикам.

Практическое занятие 25.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов.

Тема и содержание занятия: Анализ потребителей

Вопросы для обсуждения:

1. Состав потребителей продукции предприятия.

2. Методы анализа потребителей.

Цель занятия: изучить методы анализа потребителей предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа потребителей услуг предприятия в процессе практического занятия.

Практическое занятие 26.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов.

Тема и содержание занятия: Анализ товарной политики

Вопросы для обсуждения:

1. Товарная политика предприятия.

2. Методы анализа товарной политики.

3. Влияние товарной политики на развитие предприятия.

Цель занятия: изучить товарную политику предприятия.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 109 из 115
---	--	--

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализаторной политики предприятия в процессе практического занятия.

Примеры тестовых заданий:

1 Товар — это:

- а) все то, что способно удовлетворить потребности потребителей;
- б) все, что предназначено для удовлетворения определенной потребности и предлагаемое на рынке для продажи;
- в) материальные объекты, услуги, которые характеризуются совокупностью свойств, способных удовлетворить желания потенциальных покупателей;
- г) все утверждения верны.

2 Маркетинговая товарная политика — это:

- а) составляющая хозяйственной деятельности предприятия;
- б) определенный курс действий, принципы поведения предприятия на товарном рынке; в) совокупность средств воздействия на потребителя с помощью товара;
- г) систему действий предприятия для определения товара на рынке, удовлетворение конкретного потенциального потребителя товарами, широкой возможности их выбора.

3 Потребительский маркетинг призван ...

- а) удовлетворять стиль жизни, привычки, потребности потребителей и влиять на них;
- б) удовлетворять стиль жизни, привычки, потребности потребителей и влиять на них через торговую сеть;
- в) привлекать и сохранять тех потребителей в выбранных рыночных сегментах, которые обеспечивают стабильное финансовое состояние предприятия в текущий момент в перспективе;
- г) определять товара на рынке, удовлетворять конкретного потенциального потребителя товарами и оказывать широкую возможность их выбора.

4 Торговый маркетинг направлен на ...

- а) удовлетворение стиля жизни, привычек, потребностей потребителей;
- б) удовлетворение стиля жизни, привычек, потребностей потребителей и воздействие на них через торговую сеть;
- в) привлечение и хранение потребителей в выбранных рыночных сегментах, которые обеспечивают стабильное финансовое состояние предприятия в текущий момент в перспективе;
- г) определение места товара на рынке, удовлетворение конкретного потенциального потребителя товарами и предоставление широкой возможности их выбора.

5 Основными характеристиками потребительского маркетинга являются:

- а) создание «образца» товарного знака;
- б) сегментация рынка;
- в) стимулирование спроса потребителя;
- г) реклама.

6 К основным характеристикам торгового маркетинга относятся:

- а) позиционирование торгового знака;
- б) стимулирование торговых агентов;
- в) стимулирование спроса потребителей;
- г) организация продажи товара.

7 Среди внешних факторов формирования товарной политики различают:

- а) позицию товара;
- б) желания потребителей; в) маркетинговую ассортиментную концепцию фирмы;

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 110 из 115
---	---	---

г) состояние конкуренции.

8 К внутренним факторам формирования товарной политики относятся:

- а) позиция товара;
- б) система льгот в кредитовании;
- в) желание потребителей;
- г) имидж фирмы.

9 Диверсификация — это:

- а) распространение хозяйственной деятельности на новые сферы;
- б) процесс приобретения или включения в структуру предприятия новых производств, которые технологически входят в процесс производства;
- в) проникновение предприятий в отрасли, не имеющие прямого производственного связи или функциональной зависимости от основной их деятельности;
- г) создание альянсов между компаниями, которые заинтересованы в интеграции без перехода прав собственности.

10 Вертикальная интеграция — это:

- а) проникновение предприятий в отрасли, не имеющие прямого производственного связи или функциональной зависимости от основной их деятельности;
- б) процесс приобретения или включения в структуру предприятия новых производств, которые технологически входят в процесс производства;
- в) выпуск предприятием новых товаров, технологически связанные с существующими, но предназначены для существующих потребителей предприятия;
- г) принятия предприятием решения о вхождении области, которые не имеют ничего общего с его основной деятельностью, а потому нет никакой взаимосвязи между традиционной и новой продукцией.

Практическое занятие 27.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов.

Тема и содержание занятия: Анализ продвижения

Вопросы для обсуждения:

1. Продвижение продукта и маркетинговые коммуникации
2. Инструменты товародвижения в маркетинговой деятельности
3. Реклама
4. Стимулирование сбыта
5. Личная продажа
6. Общественные связи
7. Брендинг
8. Участие в выставках и ярмарках

Цель занятия:изучить элементы продвижения продукции предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализапродвижения продукции предприятия в процессе практического занятия.

Практическое занятие 28.

Вид практического занятия:Обсуждение докладов.

Тема и содержание занятия: Анализ коммуникационной политики

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность коммуникационной политики.
2. Коммуникационная стратегия предприятия.
3. Рост и эффективность коммуникационной политики предприятия
4. Совершенствование коммуникационной политики предприятия

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 111 из 115</i>
---	---	---

5. Стимулирование прямых продаж

Цель занятия: изучить сущность коммуникационной политики предприятия.

Практические навыки: закрепление навыков применения методов анализа коммуникационной политики предприятия в процессе практического занятия.

Примерные темы групповых проектов:

1. Конъюнктурный анализ рынка.
2. Стратегический анализ рынка.
3. Маркетинговые исследования потребительского рынка.
4. Исследование емкости конкурентной среды потребительского рынка.
5. Сегментация потребительского рынка.
6. Исследование процесса принятия решения о покупке.
7. Исследование отношения индивидуальных потребителей к фирме.
8. Банковские маркетинговые исследования.
9. Экспертные методы получения маркетинговой информации.
10. Конкурентный анализ рынка.
11. Оценка собственного потенциала фирмы и ее конкурентоспособности.
12. Анализ поведения покупателей на рынке товаров.
13. Анализ реакции рынка на изменение ситуации.
14. Изучение и прогнозирование покупательского спроса.
15. Анализ влияния макросреды на маркетинг фирмы и рыночную ситуацию в целом.
16. Анализ масштаба и потенциала рынка.
17. Анализ сбалансированности рынка.
18. Оценка и анализ цикличности и сезонности рынка.
19. Определение системы оценочных ориентиров, характеризующих деятельность фирмы, и их важности для потребителей.
20. Определение товарных, географических границ рынка и состава производителей.

Практическое занятие 29

Вид практического занятия: Решение практических задач

Тема и содержание занятия: Анализ объемов инвестиционной деятельности

Вопросы для обсуждения:

1. Комплексный анализ инвестиционной деятельности — понятия «структура» и «методы»
2. Анализ объемов инвестиционной деятельности
3. Ретроспективная оценка эффективности реальных инвестиций
4. Прогнозирование эффективности инвестиционной деятельности
5. Анализ эффективности финансовых вложений
6. Анализ эффективности лизинговых операций
7. Анализ объемов инвестиционной деятельности

Цель занятия: освоить основы анализа объемов инвестиционной деятельности

Практические навыки: закрепление навыков анализа объемов инвестиционной деятельности

Практическое занятие 30

Вид практического занятия: Решение практических задач

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 112 из 115
---	---	---

Тема и содержание занятия: Анализ эффективности реальных инвестиций и показателей эффективности инвестиционных проектов

Вопросы для обсуждения:

1. Виды инвестиций и особенности спроса на них
2. Содержание инвестиционной деятельности
3. Понятие инвестиционного проекта. Проектный цикл
4. Классификация инвестиционных проектов
5. Методы оценки эффективности инвестиционных проектов
6. Исходные данные для расчета эффективности проекта
7. Расчет показателей эффективности инвестиционного проекта

Цель занятия: Анализ эффективности реальных инвестиций и показателей эффективности инвестиционных проектов

Практические навыки: закрепление навыков анализа эффективности реальных инвестиций и показателей эффективности инвестиционных проектов

Практическое занятие 31

Вид практического занятия: тестирование

Тема и содержание занятия: Анализ эффективности инновационной деятельности

Вопросы для обсуждения:

1. Жизненный путь инновационного продукта
2. Экономический эффект от осуществления инноваций в организации
3. Экономический эффект от продажи новшеств собственной разработки и покупных
4. Основные этапы анализа эффективности инновационной деятельности:
 - выявление проблемы, формулирование целей и задач анализа
 - формирование временной творческой группе для проведения анализа
 - разработка проекта программы анализа
 - подготовка и издание приказа по организации о целях, группе, ее правах и обязанностях, программе анализа
 - выбор методов выполнения работ
 - сбор и обработка необходимой информации, документов и т.д.
 - проведение анализа по перечисленным выше задачам и системе показателей
 - подготовка, согласование и утверждение отчета о проделанной работе
 - принятие мер по результатам анализа.

Цель занятия: освоить основы анализа эффективности инновационной деятельности

Практические навыки: закрепление навыков анализа эффективности инновационной деятельности

Практическое занятие 32

Вид практического занятия: Решение практических задач

Тема и содержание занятия: Анализ источников финансирования инновационных и инвестиционных проектов

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности источников финансирования инновационной деятельности
2. Источники финансирования инвестиционных программ и проектов
3. Сравнительный анализ источников финансирования инновационных проектов
4. Взаимоотношения инвесторов, посредников и компании

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 113 из 115
--	---	---

5. Проектное финансирование инновационной деятельности

6. Критерии успешности инновационного проекта

Цель занятия: освоить основы анализа источников финансирования инновационных и инвестиционных проектов

Практические навыки: закрепление навыков анализа источников финансирования инновационных и инвестиционных проектов

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

8.1. Основная литература

1. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учеб. пос. / Л.Е.Басовский, Е.Н.Басовская - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429595>

2. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г.В. Савицкая. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=367312>

3. Управленческий анализ: комплексный анализ и диагностика предприн.: Учеб. / Н.А. Казакова - 2 изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013- <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=354245>.

8.2. Дополнительная литература

1. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / В.В. Плотникова и др.; Под общ. ред. проф. В.И. Бариленко. - М.: Форум, 2012. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=247527>

2. Экономический и финансовый анализ[Электронный ресурс]: Учебное пособие / Н.В. Киреева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - ЭБС Znanium.com Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=369146>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронная библиотечная система Book.ru: <http://www.book.ru/>
2. Электронная библиотека диссертаций Российской Государственной библиотеки: <http://diss.rsl.ru/>
3. "Университетская библиотека": <http://www.biblioclub.ru/>
4. Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru/>
5. Университетская информационная система России (УИС России): <http://uisrussia.msu.ru/>
6. Электронный ресурс издательства Springer: <http://www.springerlink.com/>
7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: <http://window.edu.ru/>
8. Электронная библиотека IQlib: <http://www.iqlib.ru/>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 114 из 115</i>
---	--	--

8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных системам

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office
3. База данных Сайта Министерства Финансов РФ (Раздел Статистика: финансово-экономические показатели) <http://www.minfin.ru/>
4. База предприятий, компаний и организаций РФ по различным областям деятельности <http://www.baza-r.ru/enterprises>
5. База данных Центра Макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования <http://www.forecast.ru>
6. База данных Министерства экономического развития и торговли <http://www.economy.gov.ru/wps/portal>
7. Информационно-справочная система Института экономического анализа <http://www.iea.ru/>
8. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС)
9. Интернет-портал Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС): <http://www.fedstat.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную работу на лекциях и практических занятиях и самостоятельную работу обучающегося.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Комплексный экономический анализ деятельности организации» предлагаемой методике обучения выступают : лекции, практические занятия (в том числе, видеобсуждения докладов и решения практических задач), самостоятельная работа обучающихся, групповые консультации.

Практическая работа студентов осуществляется на занятиях под руководством преподавателей и предусматривает обсуждение докладов и решения практических задач

Самостоятельная работа обучающихся включают индивидуальные и групповые самостоятельные работы, формировать и высказывать собственную точку зрения по проблемам дисциплины при подготовке и презентации докладов.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Учебные занятия по дисциплине «Комплексный экономический анализ деятельности предприятий (организаций)» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория, специализированная учебная мебель. ТСО: видеопроекторное оборудование; ноутбук с возможностью подключения к сети Интернет Доска.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 115 из 115

Занятия семинарского типа	Учебная аудитория, специализированная учебная мебель. ТСО: переносное видеопроекторное оборудование для презентаций. Доска.
Самостоятельная работа обучающихся	Помещение для самостоятельной работы, специализированная учебная мебель ТСО: Автоматизированные места студентов с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду. Помещение для самостоятельной работы в читальном зале библиотеки филиала, специализированная учебная мебель автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»