

Министерство образования Красноярского края
краевое государственное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Красноярский аграрный техникум»

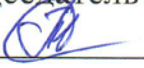
РАССМОТРЕНО:

На заседании цикловой комиссии
экономико-правовых дисциплин

Протокол № 2

от «11» 09 2025 г.

Председатель цикловой комиссии

 С.И. Путинцев

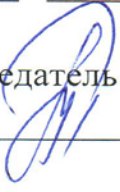
УТВЕРЖДАЮ

Протокол заседания

методического совета № 1

от «29» 09 2025г.

Председатель

 Т. М. Тимофеева

Методические указания
по выполнению контрольной работы
по дисциплине «**Основы экономики организации, менеджмента и
маркетинга**»
для студентов 3 курса заочной формы обучения
специальности 21.02.19 «Землеустройство»

преподаватель: Путинцев С.И.

Красноярск, 2025г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
3. ОБЩИЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ.....	7
4. ЗАДАНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ	9
5. ВОПРОСЫ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ	11
6. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ УЧЕБНЫХ ИЗДАНИЙ	13

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга» является обязательной частью общепрофессионального цикла программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 21.02.19 Землеустройство.

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 1.1 - ПК 1.6 ПК 2.1 - ПК 2.4 ПК 3.1 - ПК 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.4 ОК 01 - ОК 09	- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; - выполнять анализ хозяйственной деятельности организации; - намечать мероприятия и предложения по повышению экономической эффективности производства; – принимать эффективные решения, используя систему методов управления; – анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; – определять стратегию и тактику относительно ценообразования; – применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; – разрабатывать мотивационную политику организации; – планировать и организовывать работу подразделения; – формировать организационные структуры управления	- основные технико-экономические показатели деятельности организации; - особенности и перспективы развития отрасли; - отраслевой рынок труда; - рыночный механизм и особенности рыночных отношений в сфере землеустройства и кадастра; - пути повышения экономической эффективности производства - организационные и производственные структуры организаций, их типы; - маркетинговую деятельность организации; - основные оборотные средства, трудовые ресурсы, нормирование и оплата труда; – сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; – особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); – функции менеджмента в рыночной экономике: – процесс принятия и реализации управленческих решений; - стили управления, коммуникации, деловое общение; - конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив. – внешнюю и внутреннюю среду организации; – цикл менеджмента; – систему методов управления; – сущность и функции маркетинга

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы дисциплины	100
в т.ч.	
обязательная часть	24
вариативная часть	-
в т.ч.	
основное содержание	24
в т. ч.:	
теоретическое обучение	16
практические занятия	8
курсовая работа	
в форме практической подготовки	8
в т. ч.:	
теоретическое обучение	-
практические занятия	8
самостоятельная работа	76
Консультации	-
Промежуточная аттестация (диф. зачет)	-

2.2 содержание учебной дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся
Раздел 1. Экономика организации	
Тема 1. Организация – основное звено экономики.	
Тема 1.1. Отраслевые особенности организации	Содержание учебного материала: Организация - понятие и основные признаки. Классификация организаций по отраслевому признаку, экономическому назначению, уровню специализации, размерам. Отраслевые особенности организации (предприятия), влияющие на формирование ее экономического потенциала.
Тема 1.2 Организационно-правовые формы хозяйствования	Содержание учебного материала: Основные характеристики и принципы функционирования коммерческих и некоммерческих организаций.
Тема 1.2 Предпринимательство	Содержание учебного материала: Предпринимательство – важнейший вид экономической деятельности. Субъекты предпринимательства. Условия развития предпринимательства. Формы предпринимательства. Основные функции предпринимательства. Производственное предпринимательство. Коммерческое предпринимательство. Финансовое предпринимательство.
Тема 2. Планирование деятельности организации.	
Тема 2.1 Организация процесса планирования	Содержание учебного материала: Планирование на предприятии. Портфель заказов. Этапы разработки планов. Процесс формирования плана предприятия. Производственная программа. Понятие, сущность и структура бизнес-плана.
Тема 2.2 Логистика	Содержание учебного материала: Внутрипроизводственная логистика. Система логистики в организации как совокупность элементов: управление производственными запасами, закупка сырья и материалов, транспорт, обслуживание процесса производства, информационная связь и контроль, кадры организации. Задача внутрипроизводственной логистики. Количественная и качественная гибкость.
Тема 3. Материально-техническая база организации.	
Тема 3.1 Основной капитал: понятие, состав и структура	Содержание учебного материала: Понятие основного капитала, его сущность и значение. Классификация элементов основного капитала и его структура. Виды стоимостной оценки основных средств

Тема 3.2 Износ и амортизация основных средств	Экономическая сущность износа. Виды износа. Физический и моральный износ. Причины износа. Разработка мероприятий по снижению износа. Способы начисления амортизации.
Тема 3.3 Показатели технического состояния и эффективности использования основных средств	Содержание учебного материала: Показатели эффективности использования основных производственных фондов (фондоотдача, фондоёмкость, фондовооруженность, фондорентабельность). Показатели использования основных производственных фондов во времени и по производительности (коэффициенты экстенсивного, интенсивного использования, интегральной загрузки).
Тема 3.4 Нематериальные активы	Содержание учебного материала: Понятие и сущность нематериальных активов. Свойства нематериальных активов. Амортизация нематериальных активов. Патент. Лицензия. Промышленный образец. Деловая репутация фирмы.
Тема 3.5 Оборотный капитал и нормирование оборотных средств	Содержание учебного материала: Понятие оборотных средств. Классификация оборотных средств. Виды запасов. Источники финансирования прироста оборотных средств. Кругооборот оборотных средств.
Тема 3.6 Капитальные вложения	Содержание учебного материала: Проблемы обновления материально-технической базы организации в современных условиях. Ресурсы и энергосберегающие технологии. Структура и источники финансирования организаций. Инвестиционный процесс и его значение. Капитальные вложения. Структура капитальных вложений.
Тема 3.7 Показатели эффективности капитальных вложений	Показатели эффективности капитальных вложений и методика их расчета. Инвестиционный процесс и его значение. Капитальные вложения. Структура капитальных вложений. Показатели эффективности капитальных вложений и методика их расчета.
Тема 3.8 Аренда и лизинг	Содержание учебного материала: Понятие и сущность аренды. Преимущества аренды для ее участников. Лизинг – капиталосберегающая форма инвестиций. Понятие и сущность лизинга. Преимущества лизинга. Лизингодатель. Лизингополучатель. Классификация лизинговых операций.
Тема 4. Кадры организации и производительность труда.	
Тема 4.1 Кадры организации	Содержание учебного материала: Категории промышленно-производственного персонала предприятия. Виды численности персонала. Показатели, характеризующие движение трудовых ресурсов. Методы расчета численности работников по категориям.
Тема 4.2 Нормирование труда	Понятие нормирования труда. Виды норм труда. Методы нормирования. Способы изучения затрат рабочего времени. Структура и расчет фонда рабочего времени. Режим рабочего времени.
Тема 4.3 Планирование численности и показатели эффективности труда	Содержание учебного материала: Понятие производительности труда. Выработка. Трудоемкость продукции. Факторы роста производительности труда. Повышение технического уровня производства.
Тема 5. Организация оплаты труда.	
Тема 5.1 Сущность заработной платы: понятие, функции и принципы. ФОТ	Содержание учебного материала: Понятие и сущность заработной платы. Номинальная и реальная заработная плата. Минимальный размер оплаты труда. Штатное расписание. Структура фонда оплаты труда.
Тема 5.2 Формы и системы оплаты труда	Тарифная система оплаты труда. Единый тарифно-квалификационный справочник. Тарифные ставки. Тарифные сетки. Доплаты и надбавки. Нормативная база. Бестарифная система оплаты труда. Коэффициент трудового участия. Повременная и сдельная форма оплаты труда. Системы оплаты труда. Условия выбора систем оплаты труда. Тарифные ставки и сдельные расценки рабочих. Доплаты и надбавки к заработку рабочих. Бестарифные системы оплаты
Тема 6. Финансовые результаты и эффективность хозяйственной деятельности организации	
Тема 6.1 Издержки производства и реализации продукции	Содержание учебного материала: Экономическая сущность издержек предприятия. Виды издержек. Классификация затрат на производство продукции. Способы группировки затрат. Методы калькулирования: метод прямого счета и расчетно-аналитический метод.
Тема 6.3 Ценообразование и доходы предприятия	Содержание учебного материала: Понятие и виды доходов. Методы планирования доходов. Методы учета доходов. Расчет и утверждение цены продукции. Виды цен. Ценовая (тарифная) политика предприятия.

Тема 6.4 Прибыль и рентабельность	Содержание учебного материала: Расчет показателей прибыли организации: Сущность прибыли, ее источники и виды. Факторы, влияющие на величину прибыли. Функции и роль прибыли.
Раздел 2. Основы менеджмента	
Тема 7. Сущность и назначение менеджмента	
Тема 7.1. Сущность менеджмента. Внутренняя и внешняя среда организации	Содержание учебного материала: Понятие менеджмента. Менеджмент, как особый вид профессиональной деятельности в сфере земельно-имущественных отношений. Организация как объект менеджмента. Внешняя среда организации. Внутренняя среда организации: структура, кадры, технология, организационная культура. Законы и принципы управления в сфере земельно-имущественных отношений.
Тема 7.2. Система методов управления	Содержание учебного материала: Понятие методов управления. Направленность, содержание и организационная форма методов. Классификация методов управления: организационно-распорядительные, экономические, социально-психологические. Характер воздействия: прямые и косвенные. Система методов: моделирование, экспериментирование, экономико-математические и социологические измерения и др.
Тема 7.3. Понятие и виды конфликтов	Содержание учебного материала: Сущность и классификация конфликтов: внутриличностный, межличностный, между личностью и группой, межгрупповой. Причины возникновения конфликтов. Стадии развития конфликта. Типичные конфликтные ситуации. Правила поведения в конфликте. Методы управления конфликтами. Последствия конфликтов: функциональные и дисфункциональные. Стресс: природа и причины. Методы снятия стресса. Взаимосвязь конфликта и стресса. Пути предупреждения стрессовых ситуаций.
Тема 7.4. Руководство: власть и партнерство	Содержание учебного материала: Понятие руководства и власти. Управление человеком и управление группой, искусство строить отношения с сотрудниками. Источники и виды власти. Имидж менеджера. Делегирование полномочий: правила и принципы делегирования.
Тема 7.5. Стили управления	Содержание учебного материала: Стиль управления и факторы его формирования. Виды стилей управления. Многомерная классификация стилей управления, «решетка менеджмента». Виды и совместимость стилей. Связь стиля управления и ситуации.
Тема 7.6 Коммуникативность и общение	Содержание учебного материала: Техника делового общения. Понятие общения и коммуникации. Эффективная коммуникация. Деловое общение, его характеристика и виды. Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решения. Невербальные средства делового общения. Управленческое общение, его функции и назначение.
Раздел 3. Основы маркетинга.	
Тема 8. Сущность и основы маркетинга	
Тема 8.1. Предмет, цели и задачи маркетинга	Содержание учебного материала: Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Цели, задачи маркетинга. История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этический маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.
Тема 8.2. Окружающая среда маркетинга	Содержание учебного материала: Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Макросреда маркетинга: понятие, субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации.
Тема 8.3. Маркетинговая деятельность	Содержание учебного материала: Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение. Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление. Основные виды маркетинга по сфере применения. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка.
Тема 8.4. Сегментирование рынка	Содержание учебного материала: Критерии выбора сегмента рынка. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении.

	Позиционирование товара.
Тема 8.5 Объекты маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала: Объекты: нужда, потребность, спрос. Классификация потребностей. Виды спроса, их краткая характеристика. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса.
Тема 8.6 Субъекты маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала: Субъекты, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы). Организационная структура управления маркетингом. Международные и национальные организации по маркетингу. Потребители: понятие, классификация потребителей по разным признакам.
Тема 8.8 Реклама	Содержание учебного материала: Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. Требования к рекламе. Классификация рекламы. Рекламная кампания фирмы. Выбор видов и носителей рекламы. Структура рекламы. Правила рекламы. Организация рекламной кампании.
Тема 8.9 Маркетинговые исследования рынка	Содержание учебного материала: Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Виды исследований, Схема маркетинговых исследований. Маркетинговая информация: назначение, источники, принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. Методы маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования товарных рынков.
Тема 8.7 Ценовая политика	Содержание учебного материала: Факторы, влияющие на формирование цен. Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей. Виды цен, характерные для разных стратегий

Заочная форма обучения является из всех форм обучения наиболее сложной. Основная задача студента научиться работать самостоятельно, воспитывая и прилагая силу воли и организованность. Не следует откладывать начало самостоятельной работы, потому что иначе студент не успеет подготовиться к экзаменационной сессии. Одной из форм самостоятельной работы студента-заочника является выполнение домашней контрольной работы, предусмотренной учебным планом.

3. ОБЩИЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Основной формой изучения дисциплины является самостоятельная работа студента над рекомендуемой основной и дополнительной литературой и общедоступными периодическими изданиями. На обзорных занятиях преподавателем объясняются наиболее сложные и важные вопросы дисциплины.

Изучение материала следует начинать с подбора соответствующей литературы и в последовательности, установленной программой, рекомендуется конспектировать материал, выписывая основные положения.

Программой предусмотрено выполнение одной домашней контрольной работы, состоящей из 4-х теоретических вопросов.

Номер варианта в контрольной работе определяется по порядковому номеру обучающегося в списке группы (например, номер по списку 1, 11, 21 – вариант 1). Списки смотрите на сайте, в разделе заочного обучения.

Работа, выполненная не по своему варианту и не в полном объеме, преподавателем не проверяется и выдается обратно студенту.

Прежде чем приступить к выполнению контрольной работы, следует тщательно изучить темы, включенные в содержание вопросов и задания по рекомендуемой литературе. Перед изложением каждого ответа следует написать содержание вопроса (задания). Ответы излагаются четко, ясно и грамотно, а в заданиях выполняются подробно расчеты, аргументированные пояснениями.

Требования к оформлению контрольной работы

1. Работа выполняется в машинописном виде на одной стороне белого листа формата А 4. Поля размером 3 см слева, снизу, сверху и справа 1,5 см. Шрифт Times New Roman, кегль 12 либо 14, выравнивание текста по ширине, 1,5 интервал (межстрочный), красная строка 1,25 см, автоматическая расстановка переносов. Все листы контрольной работы, кроме титульного, должны быть пронумерованы в нижней части листа по центру. Объем работы 12 - 15 страниц.
2. Форма титульного листа и листа рецензии размещена на сайте.
3. На второй странице работы необходимо представить оглавление, на последней - перечень использованных источников литературы.
4. Контрольная работа должна быть сдана преподавателю в начале экзаменационной сессии.

К экзамену, завершающему изучение дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга», допускаются студенты, получившие зачет за контрольную работу.

4. ЗАДАНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ (по вариантам)

1 вариант

1. Организация и ее признаки. Классификация организаций по различным признакам. Характеристика предприятий различных организационно-правовых форм хозяйствования в соответствии с ГК РФ, преимущества и недостатки.
2. Тарифная система оплаты труда: сущность, состав и содержание. Использование единой тарифной системы (ЕТС) оплаты труда в бюджетных и коммерческих структурах. «Бестарифные варианты» организации оплаты труда.
3. Сущность менеджмента. Этапы развития менеджмента.
4. Маркетинговое исследование рынка. Виды конкуренции. Этапы маркетингового исследования. Методы исследования рынка.

2 вариант

1. Предпринимательство как одна из форм бизнеса, важнейший фактор производства и экономического успеха хозяйственных единиц в условиях рыночной экономики. Предприятия (фирмы) как основные субъекты предпринимательства: основные цели, задачи и принципы деятельности в условиях рынка. Виды объединений предприятий.
2. Формы и системы заработной платы, используемые при организации оплаты труда. Расчет и анализ заработной платы работников при различных системах оплаты труда.
3. Понятие делового общения. Правила делового общения. Этапы и фазы. Факторы повышения эффективности делового общения.
4. Сущность и концепции маркетинга. Концепции маркетинга: производственная, товарная, концепция ориентации на продажу, собственно маркетинговая концепция, концепция социально ответственного маркетинга.

3 вариант

1. Сущность, назначение, классификация и структура основных средств (фондов). Оценка основных средств, их износ и амортизация. Показатели эффективного использования основных средств. Возможности улучшения использования основных производственных фондов предприятиями.
2. Планирование в условиях рыночной экономики: сущность, цели и задачи, принципы. Виды планов, их назначение и взаимосвязь. Методы планирования, используемые на предприятиях. Годовой план развития предприятия, его типовые разделы и их краткое содержание.
3. Планирование, как функция управления. Стратегическое планирование.
4. Распределение товаров в комплексе маркетинга. Товародвижение. Канал распределения. Маркетинговые посредники.

4 вариант

1. Оборотные средства, понятие, состав, структура и классификация. Показатели оборачиваемости. Определение потребности в оборотных средствах. Оценка эффективности применения оборотных средств. Возможности ускорения оборачиваемости денежных предприятий отрасли.
2. План производства и реализации продукции (услуг), его значение и содержание. Натуральные и стоимостные показатели, применяемые при определении объема выпуска и реализации продукции. Производственная программа, ее показатели.
3. Организация, как функция управления. Виды организационных структур.
4. Классификация маркетинга. Классификация маркетинга по приоритетным задачам. Виды маркетинга в зависимости от спроса.

5 вариант

1. Экономическая сущность и принципы аренды. Принципы регулирования взаимоотношений арендатора и арендодателя. Виды аренды. Опыт стран с развитой рыночной экономикой по аренде основных средств. Состав нематериальных активов, их особенности, виды оценок и амортизация.

2. Бизнес-план как одна из форм внутрифирменного планирования. Типы бизнес-планов и их назначение. Структура внутрифирменного бизнес-плана, содержание основных разделов.
3. Стили управления. Понятие коммуникации в управлении.
4. Маркетинговая среда. Понятие и факторы микросреды и макросреды маркетинга.

6 вариант

1. Инновации и инвестиции, их значение для экономики предприятия. Капитальные вложения: структура, показатели эффективности капитальных вложений и методика их расчета.
2. Организация и нормирование труда на предприятии. Классификация затрат рабочего времени. Методы изучения затрат рабочего времени. Нормы затрат труда. Определение потребности в персонале.
3. Мотивация и мотивационный процесс. Теории мотивации.
4. Товар в комплексе маркетинга. Жизненный цикл товара.

7 вариант

1. Специфика рынка труда. Трудовые ресурсы и кадровый потенциал организации (предприятия). Виды численности работающих, методика их расчета. Категории персонала работающих на предприятии и их структурное соотношение.
2. Издержки производства и реализации продукции. Себестоимость продукции (работ, услуг), ее виды, структура и классификация затрат. Смета затрат и калькуляция, назначение документов. Значение себестоимости и пути ее оптимизации в отрасли.
3. Мотивация и мотивационный процесс. Теории мотивации.
4. Товар в комплексе маркетинга. Жизненный цикл товара.

8 вариант

1. Профессионально-квалификационная структура персонала (кадров). Показатели динамики и состава персонала. Бюджет времени работника (баланс рабочего времени) и его расчет (фонды времени рабочего времени). Меры по сокращению уровня безработицы.
2. Сущность и функции цены как экономической категории. Система цен и их классификация. Структура цены. Механизм рыночного ценообразования (ценовая эластичность, ценовая конкуренция). Методы ценообразования.
3. Внешняя среда и внутренняя среда организации.
4. Цена в комплексе маркетинга. Ценообразование (методы, стратегии).

9 вариант

1. Производительность труда, понятие и значение. Показатели и методы измерения производительности труда. Факторы и резервы роста производительности труда на предприятиях в современных условиях. Методика расчета роста производительности труда.
2. Функции и роль прибыли в рыночной экономике. Показатели (виды) прибыли. Процесс формирования и распределения прибыли. Рентабельность как показатель эффективности работы предприятия. Показатели рентабельности.
3. Принятие управленческих решений. Этапы принятия решений. Методы принятия решения.
4. Сегментирование рынка. Понятие, виды, критерии сегментации.

10 вариант

1. Мотивации труда, ее назначение и основные теории (концепции). Номинальная и реальная заработная плата. Модель системы оплаты квалифицированного труда. Принципы организации оплаты труда на предприятии в современных условиях.
2. Понятие эффективности производства. Экономическая эффективность производства и принципы ее определения. Система показателей эффективности производства и финансового состояния предприятия.
3. Система методов управления.
4. Продвижение товаров. Реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, личные продажи, прямой маркетинг.

5. Вопросы к дифференцированному зачету

1. Цели, задачи и функции деятельности организаций.
2. Организационно-правовые формы организаций.
3. Формы и виды предпринимательской деятельности.
4. Экономическая сущность и классификация основных средств (фондов).
5. Износ и амортизация основных средств.
6. Виды стоимостной оценки основных средств.
7. Показатели эффективности использования основных средств.
8. Производственная мощность: сущность, виды и факторы.
9. Календарный и номинальный режим рабочего времени.
10. Состав и структура оборотного капитала.
11. Нормирование оборотных средств.
12. Показатели эффективности использования оборотных средств.
13. Кадры организации: состав и показатели учета численности кадров организации.
14. Производительность труда: понятие, показатели, факторы и резервы роста.
15. Бюджет рабочего времени. Нормирование труда.
16. Тарифная и бестарифные системы оплаты труда.
17. Повременная и сдельная формы оплаты труда; их разновидности (системы оплаты труда).
18. Издержки производства. Классификация затрат.
19. Способы группировки затрат.
20. Переменные и условно-постоянные затраты, точка безубыточности.
21. Виды себестоимости. Факторы и пути снижения себестоимости продукции (работ, услуг).
22. Понятие, функции и виды цен.
23. Методы ценообразования.
24. Доходы предприятия (организации), порядок формирования чистой прибыли.
25. Показатели прибыли и её значение для предприятия. Распределение чистой прибыли.
26. Показатели рентабельности и пути их повышения.
27. Планирование на предприятии: стратегическое, текущее, оперативное.
28. Бизнес-план: цели, задачи, содержание.
29. Управление финансовыми ресурсами организации.
30. Основные показатели производственной программы.
31. Сущность менеджмента. Роли менеджеров в организации.
32. История возникновения и развития менеджмента.
33. Характеристика научных школ управления.
34. Функции менеджмента.
35. Внешняя среда организации.
36. Факторы среды прямого и косвенного воздействия на организацию.
37. Внутренняя среда организации.
38. Структура организации.
39. Цели и задачи менеджмента.
40. Внутриорганизационные процессы.
41. Технологии.
42. Культура организации.
43. Сущность стратегического управления.
44. Этапы стратегического управления.
45. Миссия организации.
46. Типы стратегий бизнеса.
47. Виды рисков.

48. Методы управлениями рисками.
49. Особенности личности.
50. Личность и ее структура.
51. Темперамент.
52. Типы характера.
53. Причины конфликтов в организации.
54. Последствия конфликтов.
55. Методы управления конфликтами.
56. Правила поведения в конфликте.
57. Сущность и классификация конфликтов.
58. Власть и ее источники.
59. Лидерство. Лидерские качества.
60. Стили управления.
61. Стадии развития группы.
62. Особенности и классификация групп.
63. Признаки трудового коллектива.
64. Виды решений.
65. Методы принятия решения.
66. Этапы принятия решений.
67. Мотивация и мотивационный процесс.
68. Теории мотивации.
69. Сущность делегирования.
70. Коммуникации в организации.
71. Этапы коммуникационного процесса.
72. Преграды в организационных коммуникациях.
73. Этапы делового общения.
74. Правила ведения деловой беседы.
75. Управленческий контроль, его цели и задачи.
76. Виды управленческого контроля.

6. Перечень рекомендуемых учебных изданий

Основная литература

1. Коротков Э.М. Менеджмент. Учебник для СПО. – М.: Юрайт, 2019.
2. Коршунов В.В. Экономика организации. Учебник и практикум для СПО. – М.: Юрайт, 2017.
3. Михалёва Е.П. Маркетинг. Учебное пособие для СПО. – М.: Юрайт, 2019.
4. Мокий М.С. Экономика организации. Учебник и практикум для СПО. – М.: Юрайт, 2017.

Дополнительная литература:

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – Минск: Высшая школа, 2010. – 524 с.
2. Басовский Л. Е. Менеджмент: Учебное пособие. - М.: ИНФРА - М, 2009.
3. Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций / Н. В. Борушко. - Минск: БГТУ, 2012. - 306 с.
4. Виханский О. С. Стратегическое управление: Учебник. - 2-е изд. Перераб. И доп. - М.: Гардарики, 2009.
5. Ильенкова С. Д., Кузнецов В. И. «Основы менеджмента»: Учебное пособие. - М.: МЭСИ, 2009.
6. Казначевская Г. Б. Менеджмент. Учебник. Гриф МО РФ, 2014 г.
7. Кнышова Е. Н. «Менеджмент»: Учебное пособие, - М.: ИД «Форум»: ИНФРА М, 2009.
8. Косьмин А. Д., Свинтицкий Н. В., Косьмина Е. Учебник: А.Менеджмент. Учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования, 2013 г.*
9. Косьмин А. Д., Свинтицкий Н. В., Косьмина Е. А. Учебник.Менеджмент. Практикум. Учебное пособие для студентов учреждений среднего профессионального образования, 2013 г.*
10. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. - Москва [и др.]: Вильямс, 2012. - 488 с.
11. Лопарева А.М. Экономика организации (предприятия): Учебно-методический комплекс и Рабочая тетрадь / А.М. Лопарева. – М.: Финансы и статистика; Инфра – М, 2008. – 240с: ил.
12. Мастенбрук У. Управление конфликтными ситуациями и развитие организации. М., 2009.
13. Руденко В. И. Менеджмент: конспект лекций: Изд. 6-е, Ростов н/Д: Феникс, 2010.
14. Румянцева З. П. «Менеджмент организации». Учебное пособие, - М.: ИНФРА- М. 2010.
15. Сергеев И. В. , Веретенников И.И. Экономика организации (предприятия): эл. учебник. – М.: КРОНУС, 2010
16. Сухов В.Д. Учебник. Основы менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях, 2013 г.
17. Экономика предприятия М.С. Мокий Л.Г. Скамай, М.И. Трубочкина Москва 2007.
18. Экономика предприятия. Учебное пособие/Л.Е.Чечевицина.-Изд.7-е.-Ростов н/Д: Феникс,2008.-384 с.
19. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. - 3-е изд., перераб. и доп. -М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.-718с.
20. Экономика предприятия: Учебник/Под ред.А.Е.Карлика, М.Л.Шухгалтеда. - М.: ИНФРА. - М., 2008.
21. Яковлев Н.Я. Цены и ценообразование: Учебное пособие. М.: ИКЦ "Маркетинг", - 2009.
22. Яркина Т.В. Основы экономики предприятия: Краткий курс. Учебное пособие для студентов вузов и средних специальных заведений. М.: 2008.

Перечень рекомендуемых Интернет-ресурсов:

<http://www.rbc.ru>

<http://www.quote.ru>

<http://www.vedomosti.ru>

<http://www.finam.ru>