

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 29.08.2024 15:08:50
Уникальный программный идентификатор:
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f6da2f41a

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО
ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ



В.Д. Серяков

«30» августа 2024 г.

Рабочая программа учебной дисциплины

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЙ
ИНДУСТРИИ МОДЫ И КРАСОТЫ**

(наименование учебной дисциплины (модуля))

43.03.01 Сервис

(код и направление подготовки/специальности)

направленность (профиль): сервис в индустрии моды и красоты

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)
рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
«22» августа 2024 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой сервиса

/В.В.Белобрагин/
(подпись, учёная степень, учёное звание, ФИО)

Москва – 2024

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

Учебная дисциплина «Экономический анализ предприятий индустрии моды и красоты» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Сервис в индустрии моды и красоты» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 № 514 (ФГОС ВО 3++).

Цели дисциплины:

- получение комплекса знаний и умений, необходимых для реализации системного подхода к анализу финансово-хозяйственной деятельности предприятия индустрии моды и красоты как ведущего инструмента обоснования управленческих решений, а также навыков применения полученных знаний и умений в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

-формирование понимания экономической сущности и методики исчисления показателей, комплексно характеризующих хозяйственную деятельность, взаимной связи между этими показателями и определяющими их факторами;

-выработка способности формировать информационную базу для решения задач экономического анализа предприятий индустрии моды и красоты;

-развитие навыков адекватного выбора специальных приемов и методов анализа, осуществления аналитических процедур и проведения самостоятельных аналитических исследований;

-развитие навыков формирования выводов по результатам проведенного анализа, составления аналитических заключений и разработки рекомендаций по мобилизации выявленных резервов и повышению эффективности хозяйственной деятельности.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по организации постпродажного обслуживания и сервиса в соответствии с профессиональным стандартом "Специалист по организации постпродажного обслуживания и сервиса", утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 31.10.2014 г. N 864н, выполнению обобщенной трудовой функции «организация и координация совместной деятельности сотрудников по обеспечению постпродажного обслуживания и сервиса на уровне структурного подразделения (службы, отдела) (код В), выполнению трудовой функции "организация процессов анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции (код В/01.6), "разработка организационных схем, стандартов и процедур и выполнение руководства процессами постпродажного обслуживания и сервиса (код В/02.6).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

УК-9 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

ПК-6 - Способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения	Код результата обучения
-------------------------	---------------------------------	-------------------------

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Знать	Базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов индустрии моды и красоты;	УК-9 – 3.1
		Теоретические основы проведения экономического анализа предприятий индустрии моды и красоты;	УК-9 – 3.2
	Уметь	Анализировать информационно-аналитические источники для принятия обоснованных экономических решений при организации деятельности предприятий индустрии моды и красоты;	УК-9 – У.1
		Проводить анализ сложившейся ситуации на рынке, делать выводы и принимать управленческие решения	УК-9 – У.2
	Владеть	Методами финансового планирования профессиональной деятельности, использования экономических знаний в профессиональной практике;	УК-9 – В.1
		Основными инструментами для проведения экономического анализа предприятий индустрии моды и красоты.	УК-9 – В.2
ПК-6 Способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.	Знать	Принципы формирования потребительского спроса и факторы его определяющие;	ПК-6 – 3.1
		Подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспособности.	ПК-6 – 3.2
	Уметь	Проводить оценку состояния организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции;	ПК-6 – У.1
		Проводить анализ конкурентной сферы отрасли.	ПК-6 – У.2
	Владеть	Методами применения средств программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции.	ПК-6 – В.1
		Технологиями организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.	ПК-6 – В.2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.ДЭ.02.02 «Экономический анализ предприятий индустрии моды и красоты» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений, изучается обучающимися четвертого курса в седьмом семестре очной формы обучения.

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося.

Освоение дисциплины «Экономический анализ предприятий индустрии моды и красоты» основывается на знаниях, умениях и навыках, приобретенных при изучении дисциплин: «Социология», «Политология», «Математика», «Экономика», «Экономика сферы обслуживания», «Маркетинг в сервисе».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Дисциплина «Экономический анализ предприятий индустрии моды и красоты» является предшествующей для изучения таких дисциплин как «Экономика и организация деятельности предприятий парикмахерских и косметических услуг», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», для прохождения преддипломной практики, а также для выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.

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 3 зачётные единицы (108 часов).

Дисциплина предполагает изучение 5 тем.

№	Форма обучения	семестр	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем				сам. работа	вид контроля
			в з.е.	в часах	всего	лекции	семинары, ПЗ	кур.раб/контр. раб		
1	Очная	7	2	108	54	20	34		54	Зачет с оценкой
2	Очно-заочная	9	2	108	36	16	20		72	Зачет с оценкой
3	Заочная	7	1	72	10	4	6		62	
		8	1	36	4				32	Зачет с оценкой

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)				контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
		всего	занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
7 семестр								
Тема 1. Сущность экономического анализа и его роль в управлении предприятий индустрии моды и красоты	14	10	4	6			4	УК-9. 3.2 ПК-6. 3.1
Тема 2. Комплексный анализ в разработке и мониторинге бизнес-планов предприятий индустрии моды и красоты	20	10	4	6			10	УК-9. 3.1 ПК-6. 3.1
Тема 3. Маркетинговый анализ в системе экономического анализа	20	10	4	6			10	УК-9 – У.1 УК-9 – У.2 УК-9– В.1 УК-9 – В.2
Тема 4. Анализ финансовых результатов деятельности организации предприятий индустрии моды и красоты	22	10	4	6			12	ПК-6 – У.1 ПК-6 – У.2
Тема 5. Анализ объемов производства и продажи продукции (работ, услуг) предприятий индустрии моды и красоты	22	10	4	6			12	ПК-6 – У.1 ПК-6 – У.2
Зачет с оценкой	10	4				4	6	
Итого	108	54	20	30		4	54	

Очно-заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)				контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
		всего	занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
9 семестр								
Тема 1. Сущность экономического анализа и его роль в управлении предприятий индустрии моды и красоты	14	6	4	2			8	УК-9. 3.2 ПК-6. 3.1
Тема 2. Комплексный анализ в разработке и мониторинге бизнес-планов предприятий индустрии моды и красоты	20	6	2	4			14	УК-9. 3.1 ПК-6. 3.1
Тема 3. Маркетинговый анализ в системе экономического анализа	20	6	2	4			14	УК-9 – У.1 УК-9 – У.2 УК-9– В.1 УК-9 – В.2
Тема 4. Анализ финансовых результатов деятельности организации предприятий индустрии моды и красоты	22	6	4	2			16	ПК-6 – У.1 ПК-6 – У.2
Тема 5. Анализ объемов производства и продажи продукции (работ, услуг) предприятий индустрии моды и красоты	22	8	4	4			14	ПК-6 – У.1 ПК-6 – У.2
Зачет с оценкой	10	4				4	6	
Итого	108	36	16	16		4	72	

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)				контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
		всего	занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
7 семестр								
Тема 1. Сущность экономического анализа и его роль в управлении предприятий индустрии моды и красоты	72	10	4	6			62	УК-9. 3.2 ПК-6. 3.1
Тема 2. Комплексный анализ в разработке и мониторинге бизнес-планов предприятий индустрии моды и красоты								УК-9. 3.1 ПК-6. 3.1
Тема 3. Маркетинговый анализ в системе экономического анализа								УК-9 – У.1 УК-9 – У.2

								УК-9 – В.1 УК-9 – В.2
Тема 4. Анализ финансовых результатов деятельности организации предприятий индустрии моды и красоты								ПК-6 – У.1 ПК-6 – У.2
Тема 5. Анализ объемов производства и продажи продукции (работ, услуг) предприятий индустрии моды и красоты								ПК-6 – У.1 ПК-6 – У.2
Всего за семестр	72	10	4	6			62	
8 семестр								
Зачет с оценкой	36	4					4	32
Всего за семестр	36	4					4	32
Итого	108	14	4	6			4	94

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ).

Тема 1. Сущность экономического анализа и его роль в управлении предприятий индустрии моды и красоты

Понятие, цель, основные задачи и принципы экономического анализа. Взаимосвязь экономического анализа с другими науками. Предмет и объекты экономического анализа. Виды анализа и их роль в управлении организацией. Пользователи аналитической информации. Методология и методика анализа. Классификация факторов, используемых в анализе. Способы обработки экономической информации в анализе. Значение анализа в выявлении резервов производства. Понятие и классификация хозяйственных резервов, принципы их поиска, оценки и мобилизации. Экстенсивные и интенсивные факторы роста производства. Организационные формы и исполнители анализа. Информационное обеспечение анализа. Использование в анализе современных информационных технологий

Тема 2. Комплексный анализ в разработке и мониторинге бизнес-планов предприятий индустрии моды и красоты

Связь планирования с предварительным, текущим и последующим анализом. Общая характеристика бизнес-плана. Анализ и диагностика в составлении основных разделов и показателей бизнес-плана. Сметное планирование (бюджетирование) и анализ исполнения смет. Аналитическая оценка выполнения бизнес-планов

Тема 3. Маркетинговый анализ в системе экономического анализа

Значение, задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа маркетинговой деятельности. Объекты, методы и основные направления маркетингового анализа. Анализ положения на рынках сбыта продукции (товаров, работ, услуг). Анализ ассортимента на основании матрицы БКГ. Анализ ценовой политики организации. Анализ конкурентоспособности продукции и основные пути ее повышения

Тема 4. Анализ финансовых результатов деятельности организации предприятий индустрии моды и красоты

Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа. Анализ структуры и динамики доходов организации. Анализ состава, структуры и динамики финансовых результатов. Факторный анализ прибыли от продаж. Анализ прочих доходов и расходов. Анализ качества прибыли. Влияние учетной политики организации на прибыль. Анализ формирования и использования чистой прибыли. Система показателей рентабельности организации. Понятие и значение маржинального анализа финансовых результатов. Методика маржинального анализа прибыли и рентабельности. Определение безубыточного объема продаж и зоны безопасности организации, анализ факторов, влияющих на их величину. Резервы повышения прибыли и рентабельности. Методы прогнозирования и оптимизации прибыли.

Тема 5. Анализ объемов производства и продажи продукции (работ, услуг) предприятий индустрии моды и красоты

Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа. Система показателей и измерителей объемов продукции (работ, услуг). Анализ выполнения плана производства и продаж и оценка их динамики. Анализ ассортимента и структуры продукции (работ, услуг). Анализ качества и конкурентоспособности продукции. Обобщающие, индивидуальные и косвенные показатели качества и их влияние на объем продаж. Анализ ритмичности работы организации. Анализ и оценка влияния экстенсивных и интенсивных факторов на изменение объемов производства и продаж. Анализ влияния изменений объема продаж на прибыль от продаж.

5.1. Планы семинарских, практических, лабораторных занятий

Семинар 1.

Цель: Усвоить понятие, задачи, содержание и роль экономического анализа, овладеть приемами и методами его проведения

Вопросы для обсуждения:

1. Традиционные приемы экономического анализа.
2. Прием ценных подстановок.
3. Методы абсолютных и относительных разниц.

Семинар 2.

Цель: Изучить последовательность, методику анализа ассортимента, структуры, качества продукции предприятия, факторы и резервы увеличения выпуска продукции

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ ассортимента и структуры продукции.
2. Анализ качества произведенной продукции.
3. Анализ факторов и резервов увеличения выпуска и реализации продукции.
4. Реферат: Анализ формирования и выполнения производственной программы.

Семинар 3.

Раскрыть: сущность финансового анализа, основные приемы анализа финансовых отчетов, углубленного операционного анализа основных факторов, влияющих на точку безубыточности

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ безубыточности производства.
2. Углубленный операционный анализ.
3. Анализ влияния на прибыль отдельных факторов, базирующихся на категории маржинального дохода.
4. Графическое представление данных анализа безубыточности производства.

Семинар 4.

Цель: Рассмотреть динамику и структуру основных показателей, характеризующих трудовой потенциал предприятия, его обеспеченности трудовыми ресурсами. Оценку отклонения численности персонала, производительности труда, средств, направляемых на потребление

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами.
2. Анализ использования рабочего времени.
3. Анализ производительности труда.
4. Анализ фонда заработной платы.

Семинар 5.

Цель: рассмотреть цель, задачи, методику анализа финансового состояния. Оценку и анализ экономического потенциала предприятия, его имущественного положения. Систему покупателей оценки платежеспособности, ликвидности, финансовой устойчивости предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Методика горизонтального и вертикального анализа баланса.
2. Анализ качественных сдвигов в имущественном положении предприятия.
3. Анализ ликвидности и бухгалтерского баланса.
4. Оценка финансовой устойчивости предприятия. Классификация типов финансовой устойчивости.
5. Оценка потенциального банкротства.

Критерии оценки учебных действий обучающихся на практических занятиях

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
Хорошо	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
Удовлетворительно	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение.
Неудовлетворительно	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.

Одним из основных видов деятельности обучающегося является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку сообщений, выступления на групповых занятиях, выполнение практических заданий. Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя. Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой. Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебника. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Для более полной реализации цели, поставленной при изучении тем самостоятельно, студентам необходимы сведения об особенностях организации самостоятельной работы; требованиям, предъявляемым к ней; а также возможным формам и содержанию контроля и качества выполняемой самостоятельной работы. Самостоятельная работа студента в рамках действующего учебного плана по реализуемым образовательным программам различных форм обучения предполагает самостоятельную работу по данной учебной дисциплине, включенной в учебный план. Объем самостоятельной работы (в часах) по рассматриваемой учебной дисциплине определен учебным планом.

В ходе самостоятельной работы обучающийся должен:

- освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (отдельные темы, отдельные вопросы тем, отдельные положения и т. д.);
- применить полученные знания и навыки для выполнения практических заданий.

Обучающийся, приступающий к изучению данной учебной дисциплины, получает информацию обо всех формах самостоятельной работы по курсу с выделением обязательной самостоятельной работы и контролируемой самостоятельной работы, в том числе по выбору. Задания для самостоятельной работы студента должны быть четко сформулированы, разграничены по темам изучаемой дисциплины, и их объем должен быть определен часами, отведенными в учебной программе.

Самостоятельная работа обучающихся должна включать:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, лабораторно-практическим);
- поиск (подбор) и изучение литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- самостоятельную работу над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с календарным планом;
- домашнее задание, предусматривающее завершение практических аудиторных работ;
- подготовку к зачету или экзамену;
- работу в студенческих научных обществах, кружках, семинарах и т.д.;
- участие в научной и научно-методической работе кафедры, факультета;
- участие в научных и научно-практических конференциях, семинарах.

6.1 Задания для углубления и закрепления приобретенных знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9 – 3.1	1.Провести анализ литературных источников по Т.2. и составить структурно-логическую схему «Типы бизнес-планов предприятий индустрии моды и красоты»; 2. Внести в терминологический словарь следующие определения: «Индустрия красоты», «Моностудия», «Барбершоп», «Тренды».
	УК-9 – 3.2	1.С использованием Интернет-ресурсов проведите анализ периодических изданий в области индустрии моды и красоты и составьте их краткий обзор. Прочитать научную статью и сделать выводы: Куницына С.И. Анализ международного и российского рынков индустрии моды и красоты. https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskiy-rynok-salonov-krasoty/viewer
ПК-6 Способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.	ПК-6 – 3.1	1. С использованием рекомендуемых источников литературы раскройте требования к анализу финансовых результатов деятельности организации предприятий индустрии моды и красоты
	ПК-6 – 3.2	1. Изучить рекомендуемую литературу и составить краткий конспект с отражением следующего вопроса: «Анализ объемов производства и продажи продукции (работ, услуг) предприятий индустрии моды и красоты».

6.2 Задания, направленные на формирование профессиональных умений

Формируемая компетенция	Код результата	Задание
-------------------------	----------------	---------

	обучения	
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	УК-9 – У.1	1. Провести анализ зарубежного опыта деятельности предприятий моды и красоты, а результаты анализа оформить в виде реферата. 2. С использованием информационно-поисковых систем провести сравнительный анализ российского и зарубежного опыта деятельности предприятий моды и красоты и результаты представить в виде доклада оформленного презентационными материалами в программе Power Point;
	УК-9 – У.2	1. <i>Возможности наблюдения как метода сбора информации крайне ограничены. С его помощью можно определить:</i> а) приблизительную частоту наступления какого-либо простого события и его продолжительность; атмосферу, в которой проходит какой-либо процесс, явление, событие; б) приблизительное количество людей, находящихся в некоторый момент времени в каком-то помещении; приблизительный половозрастной состав участников какого-либо мероприятия; в) место расположения какого-либо объекта и возможных маршрутов его достижения; внешнее и внутреннее физическое состояние какого-либо объекта (магазина, офиса и т.п.) г) все ответы верны
ПК-6 Способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.	ПК-6 – У.1	1. С применением правовой информационно-справочной системы ГАРАНТ предоставить краткий обзор основных нормативных документов, регламентирующих деятельность в области индустрии моды и красоты;
	ПК-6 – У.2	1. <i>Анализ на мультиколлинеарность – это:</i> 1. последовательное включение факторов в уравнение регрессии в модель и последующая проверка их значимости; 2. включение факторов в модель регрессии на основе учета мнений ведущих специалистов отрасли, интуитивно-логических предпосылок и содержательно-качественного анализа; 3. проверка тесноты зависимости между признаками, включенными в модель; 4. изменение тесноты направленности связи между факторным и результативным признаками; 5. построение линейной регрессии. 2. Решите ситуационную задачу: Фирма закупает товар по цене 400 руб., а продает по цене 450 руб., объем реализации - 300 ед. продукции. Если фирма понизит цену на 8%, то, сколько ед. товара ей нужно будет продать, чтобы сохранить прежний размер прибыли?

6.3 Задания, направленные на формирование профессиональных навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	УК-9 – В.1	1. Выполнить самостоятельное частное исследование на тему: «Особенности проведения экономического анализа предприятий индустрии моды и красоты» сформировать гипотезу, обобщить результаты и сформулировать выводы.
	УК-9 – В.2	1. Выполнить научную работу под руководством преподавателя с проведением научного эксперимента на тему: «Сущность экономического анализа и его роль в управлении предприятий индустрии моды и красоты».

ПК-6 Способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.	ПК-6 – В.1	1.Разработать программу проведения выставки-продажи с использованием интернет-рекламы рынка индустрии красоты в регионе.
	ПК-6 – В.2	1.Решите задачу. В период роста фирмы, когда напряжение между спросом и предложением услуги выше, существует полная загруженность персонала фирмы. При распределении работы между работниками, могут возникать конфликты. Предотвратить их можно составив четкую схему «Распределение работы между сотрудниками», необходимо учитывать такие факторы как: запросы клиента; потребности фирмы; реальные возможности фирмы.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).

Паспорт фонда оценочных средств

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		ФОС для текущего контроля	ФОС для промежуточной аттестации
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Знать	Базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов индустрии моды и красоты; УК-9 – 3.1	Тест	Вопросы к зачету с оценкой
		Теоретические основы проведения экономического анализа предприятий индустрии моды и красоты. УК-9 – 3.2		
	Уметь	Анализировать информационно-аналитические источники для принятия обоснованных экономических решений при организации деятельности предприятий индустрии моды и красоты; УК-9 – У.1	Реферат	Вопросы к зачету с оценкой
		Проводить анализ сложившейся ситуации на рынке, делать выводы и принимать управленческие решения. УК-9 – У.2		
	Владеть	Методами финансового планирования профессиональной деятельности, использования экономических знаний в профессиональной практике;	Практические задания	Вопросы к зачету с оценкой

ПК-6 Способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.	Знать	УК-9 – В.1	Тест	Вопросы к зачету с оценкой
		Основными инструментами для проведения экономического анализа предприятий индустрии моды и красоты. УК-9 – В.2		
	Уметь	Принципы формирования потребительского спроса и факторы его определяющие; ПК-6 – З.1 Подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспособности. ПК-6 – З.2	Реферат	Вопросы к зачету с оценкой
	Владеть	Проводить оценку состояния организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции; ПК-6 – У.1 Проводить анализ конкурентной сферы отрасли. ПК-6 – У.2	Практические задания	Вопросы к зачету с оценкой
		Методами применения средств программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции; ПК-6 – В.1 Технологиями организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий. ПК-6 – В.2		

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		2	3	4	5
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические	Знать Базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает

решения в различных областях жизнедеятельности		экономических агентов индустрии моды и красоты; УК-9 – 3.1				
		Теоретические основы проведения экономического анализа предприятий индустрии моды и красоты. УК-9 – 3.2				
	Уметь	Анализировать информационно-аналитические источники для принятия обоснованных экономических решений при организации деятельности предприятий индустрии моды и красоты; УК-9 – У.1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		Проводить анализ сложившейся ситуации на рынке, делать выводы и принимать управленческие решения. УК-9 – У.2				
	Владеть	Методами финансового планирования профессиональной деятельности, использования экономических знаний в профессиональной практике; УК-9 – В.1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		Основными инструментами для проведения экономического анализа предприятий индустрии моды и красоты. УК-9 – В.2				
ПК-6 Способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.	Знать	Принципы формирования потребительского спроса и факторы его определяющие; ПК-6 – 3.1	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		Подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспособности. ПК-6 – 3.2				
	Уметь	Проводить оценку состояния организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции; ПК-6 – У.1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет

		Проводить анализ конкурентной сферы отрасли. ПК-6 – У.2				
	Владеть	Методами применения средств программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления по вопросам анализа конкурентной среды, ценовой политики, объемов оборота, конкурентоспособности, скорости реализации продукции; ПК-6 – В.1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		Технологиями организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий. ПК-6 – В.2				

7.1. ФОС для проведения текущего контроля.

7.1.1. Задания для оценки знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	УК-9 – 3.1	Тест 1. Заполните, пожалуйста, пробел в следующей фразе: «... признаком называется признак, под воздействием которого изменяются все другие признаки»: - результативным; - структурным; - типологическим; - аналитическим; - факторным. 2. К абсолютным показателям относится: - относительный показатель динамики; - относительный показатель структуры; - относительный показатель интенсивности; - относительный показатель сравнения; - натуральные единицы измерения. 3. К относительным показателям относится: - относительный показатель координации; - сводный объемный показатель; - стоимостная единица измерения; - трудовая единица измерения; - натуральная единица измерения. 4. Заполните пустые места: «Показатели в форме относительных величин являются производными по отношению к абсолютным показателям». - абсолютных, относительным;

		2. относительных, абсолютным; 3. дискретных, непрерывным; 4. непрерывным, дискретным; 5. основных, производным 5. Верны ли следующие утверждения: 1. при расчете относительного показателя – абсолютный показатель, находящийся в числителе, называется сравниваемым. Показатель, с которым производится сравнение, называется основанием; 2. при расчете относительного показателя – показатель, находящийся в числителе, называется основанием, а показатель, с которым производится сравнение, называется сравниваемым; 3. при расчете абсолютного показателя – показатель, находящийся в числителе, называется основанием, а показатель, с которым происходит сравнение, называется сравниваемым; 4. при расчете абсолютного показателя – показатель, находящийся в числителе, называется сравниваемым, а показатель, с которым происходит сравнение, называется сравниваемым; 5. при расчете абсолютного и относительного показателей – показатель, находится в числителе, называется сравниваемым, а показатель, с которым происходит сравнение, называется основанием; 6. Заполните пропуск в тексте: «... – статистическая зависимость между величинами, не имеющая строго функционального характера, при которой изменение одной из случайных величин приводит к изменению другой случайной величины». 1. функциональная зависимость; 2. прямолинейная функциональная зависимость; 3. корреляция; 4. обратная функциональная зависимость; 5. прямая функциональная зависимость. 7. Метод экспертных оценок – это: 1. последовательное включение факторов в уравнение регрессии в модель и последующая проверка их значимости; 2. включение факторов в модель регрессии на основе учета мнений ведущих специалистов отрасли, интуитивно-логических предпосылок и содержательно-качественного анализа; 3. проверка тесноты зависимости между признаками, включенными в модель; 4. изменение тесноты направленности связи между факторным и результативным признаками; 5. построение линейной регрессии. 8. Анализ на мультиколлинеарность – это: 1. последовательное включение факторов в уравнение регрессии в модель и последующая проверка их значимости; 2. включение факторов в модель регрессии на основе учета мнений ведущих специалистов отрасли, интуитивно-логических предпосылок и содержательно-качественного анализа; 3. проверка тесноты зависимости между признаками, включенными в модель; 4. изменение тесноты направленности связи между факторным и результативным признаками; 5. построение линейной регрессии. 9. Индексируемой величиной называется: 1. величина, служащая для целей соизмерения индексируемых величин; 2. признак, изменение которого изучается; 3. сложный относительный показатель, который характеризует среднее изменение массового явления или процесса, состоящего из несоизмеримых элементов; 4. процедура выбора наиболее значимых факторов; 5. процедура упорядочивания объектов изучения, которая выполняется на основе предпочтения. 10. Вставьте пропущенные слова в правильной последовательности: «Между цепными и базисными индексами существуют различные связи. Если известны ..., то путем их
--	--	---

		последовательного перемножения можно получить базисные индексы. Зная последовательные значения ..., легко рассчитать на их основе ...»: - цепные индексы, базисные индексы, базисных индексов, цепные индексы; - базисные индексы, цепные индексы, базисные индексы, цепные индексы; - базисные индексы, цепные индексы, базисные индексы, цепные индексы; - цепные индексы, базисные индексы, цепные индексы, базисные индексы.
	УК -9 – 3.2	Тест 1.Оборотные средства предприятия – это: - транспортные средства; - оборотные производственные фонды и фонды обращения; - оборотные фонды и готовую продукцию; - фонды обращения и производственные запасы. 2.Основные задачи, решаемые органами управления на предприятии – это: - разработка и обоснование стратегического курса, доведение их до повседневных функций; - конкретизация общих стратегических и текущих задач; - набор и расстановка кадров; - организация контроля за качеством и своевременностью исполнения заданий и обязанностей; - оперативное регулирование деятельности предприятия и подразделений; - подготовка законодательных документов. 3.Субъекты рынка – это: - физические лица; - юридические лица; - иностранцы физические и юридические лица; - лица трудоспособного возраста. 4.Основные функции предприятия в условиях рынка – это: - изготовление продукции, работ, услуг; - продажа и поставка продукции потребителю, послепродажное обслуживание; - управление и организация труда; - выполнение платежей в бюджет, внебюджетные фонды; - соблюдение законов, стандартов, нормативов; - установление цены на продукцию. 5.Основой формирования номенклатурного плана производства является: - рост потребности на конкретную продукцию; - превышение уровня конкурентоспособности товара собственного производства над уровнем конкурентов; - более высокая загрузка производственных мощностей. 6.С экономической точки зрения собственность – это: - общественная форма присвоения вещей, прежде всего, средств производства; - экономическая категория, отражающая отношения между людьми по поводу присвоения вещей; - отношения присвоения, отчуждения, пользования, владения, распоряжения имуществом; - отношения между людьми. 7.Фондоотдача – это: - объем продукции на 1 руб. стоимости основных фондов; - стоимость продукции на одного работающего; - стоимость фондов на единицу продукции; 8.Типы применяемых организационных структур управления предприятием: - линейная; - функциональная;

		в) линейно-функциональная; г) матричная; д) смешанная; е) простая линейная. 9. Характерные признаки, присущие предпринимательству, – это: а) самостоятельность, инициативность; б) динамичность; в) ответственность; г) риск; д) активный поиск решений; е) инертность мышления. 10. Формы собственности в России – это: а) государственная и частная; б) государственная и акционерная; в) государственная, частная, муниципальная, смешанная; г) общенародная, индивидуальная, совместная, корпоративная;
ПК-6 Способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.	ПК-6 – 3.1	Тест 1. Денежное выражение средств производства, которые функционируют в одном производственном цикле – это... а) основные фонды; б) оборотные фонды; в) производственные запасы; 2. При недостатке собственных оборотных средств их можно пополнить за счет: а) прибыли; б) кредита; в) резервного фонда; г) обязательного медицинского страхования; д) обязательного социального страхования. 3. При складской форме снабжения производственный запас не включает... а) текущий; б) страховой; в) подготовительный. 4. Величина текущего запаса зависит от... а) времени подготовки материалов и запасных частей к использованию; б) периодов времени между поставками; в) неритмичной отгрузки материалов поставщиками; г) сбоев в работе транспорта. 5. Норматив оборотных средств на спецодежду и фирменную одежду зависит от... а) качества поставок; б) периода времени между поставками; в) численности работников, получающих спецодежду и фирменную одежду. 6. Основные показатели использования оборотных средств: а) фондоотдача; б) коэффициент оборачиваемости; в) фондоемкость; г) рентабельность; д) скорость оборота. 7. Фонд денежных средств предприятия, авансированный в оборотные производственные фонды и фонды обращения для обеспечения непрерывности производства, называется... а) основным; б) основным производственным; в) основным непроизводственным; г) оборотными средствами. 8. Величина в днях, соответствующая минимальному научно обоснованному объему запасов, – это... а) транспортный запас; б) норма оборотных средств;

		в) технологический запас; г) производственный запас. 9. Минимально необходимая сумма денежных средств, обеспечивающих непрерывность работы предприятия, называется... а) производственным запасом; б) нормативом оборотных средств; в) технологическим запасом; г) транспортным запасом. 10. Время, необходимое для подготовки материалов и запасных частей к производству, это ... а) подготовительный запас; б) технологический запас; в) производственный запас; г) страховой запас.
	ПК -3 – 3.2	Тест 1. Что такое труд? а) Это выполнение отдельным работником определенной трудовой операции. б) Это целесообразная деятельность человека. в) Это выполнение трудовой операции коллективом. г) Это выполнение каких-то трудовых операций с помощью машин. д) Это выполнение какой-то работы с целью получения вознаграждения. 2. Что такое производительность труда? а) Это отношение валовой продукции к товарной. б) Это способность конкретного труда производить определенное количество потребительной стоимости в единицу рабочего времени. в) Это отношение прибыли к себестоимости продукции. г) Это отношение стоимости валовой продукции к фонду оплаты труда. д) Это сумма выручки к количеству прямых затрат труда. 3. Трудоемкость продукции определяется как: а) Отношение затрат труда к произведенной продукции. б) Отношение затрат труда к площади посева. в) Отношение всех затрат в денежном выражении на затраты труда. г) Отношение затрат труда к сумме валового дохода. д) Отношение затрат труда к объему реализованной продукции. 4. Персонал предприятия — это: а) Постоянные работники, которые получили необходимую подготовку и имеют практический опыт и навыки в работе. б) Работники, которые имеют значительный стаж работы на предприятии. в) Работники, которые имеют высокий уровень квалификации. г) Промыленно-производственный персонал предприятия. д) Работники административно-управленческого предприятия. 5. Профессия характеризует: а) Совокупность определенных теоретических знаний и практических навыков по определенному виду трудовой деятельности. б) Возможность освоения смежной специальности. в) Вид трудовой деятельности. г) Стаж работы на данном предприятии. д) Уровень квалификации работника. 6. Квалификация — это: а) Совокупность социальных знаний и практических навыков, которые определяют подготовленность работника выполнять профессиональные функции определенной сложности. б) Овладение дополнительными знаниями для выполнения соответствующего объема работ.

		в) Категория, которая отражает повышение качества выполняемых работ. г) Категория, которая отражает повышенную сложность выполняемого труда. д) Категория, которая отражает относительно узкий вид работ и требует дополнительных специфических знаний. 7. Явочная численность работников включает: а) Всех работников, которые явились на работу. б) Работников, которые числятся по списку. в) Число работников, отражающих плановую потребность. г) Численность постоянных работников. д) Численность работников административно-управленческого и обслуживающего персонала. 8. Среднесписочная численность работников за месяц определяется: а) Путем суммирования списочного состава работников за все дни месяца и деления на число календарных дней в месяце. б) Как среднеарифметическая величина показателей среднесписочной численности за все дни месяца. в) Делением фактически отработанных человеко-дней за месяц на количество дней работы предприятия в этом же периоде. г) Суммированием списочного состава работников за год и делением на двенадцать месяцев. д) Месячной потребностью работников по плану. 9. Кадровая политика предприятия — это: а) Совокупность работников разных категорий и перспективы изменения ее структуры. б) Система мероприятий по обеспечению каждого рабочего места персоналом соответствующей профессии, специальности и квалификации. в) Система подготовки руководителей наиболее высокой квалификации. г) Система мероприятий, направленных на решение социальных проблем коллектива. д) Обеспечение систематического повышения квалификации кадров. 10. Внешними источниками набора персонала являются: а) Региональные биржи труда и контракты с учебными заведениями. б) Переподготовка своих работников. в) Вакансии на предприятии. г) Обучение учащихся на предприятии. д) Учеба обучающихся по направлениям от предприятия.
--	--	---

Критерии оценки теста:

Количество ошибок	Оценка
0-1	Отлично
1-3	Хорошо
3-7	Удовлетворительно
более 7-ми ошибок	Неудовлетворительно

7.1.2. Задания для оценки умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-9 Способен принимать	УК-9– У.1	Темы рефератов 1. Роль анализа в разработке и мониторинге основных плановых показателей

обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.		2. Анализ исполнения смет (бюджетов) 3. Анализ в системе маркетинга. 4. Анализ и управление объемом производства и продаж 5. Обоснование формирования и оценка эффективности ассортимента программ 6. Анализ обновления продукции и её качества 7. Анализ технико-организационного уровня и других условий производства. 8. Анализ технической оснащенности производства 9. Анализ и оценка уровня организации производства и управления 10. Анализ состояния и использования трудовых и материальных ресурсов
	УК-9 – У.2	Темы рефератов 1. Расчет итоговой рейтинговой оценки финансового состояния организации 2. Анализ финансового состояния организации. 3. Анализ финансовых результатов организации. 4. Анализ прибыли хозяйствующего субъекта. 5. Анализ затрат и себестоимости продукции. 6. Анализ рентабельности хозяйствующего субъекта 7. Анализ использования основных средств. 8. Анализ использования материальных ресурсов 9. Анализ использования трудовых ресурсов 10. Анализ объемов производства и реализации продукции. 11. Анализ себестоимости продукции
ПК-6 Способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.	ПК-6 – У.1	Темы рефератов 1. Анализ и управления затратами 2. Особенности анализа прямых и косвенных, переменных и постоянных затрат. 3. Финансовые результаты и рентабельность активов коммерческой организации и методы их анализа. 4. Анализ эффективности капитальных и финансовых вложений. 5. Финансовое состояние коммерческой организации и методы его анализа 6. Методы комплексного анализа уровня использования экономического потенциала хозяйствующего субъекта и оценка бизнеса 7. Методика рейтингового анализа эмитента. 8. Анализ имущественного положения организации. 9. Анализ ликвидности и платежеспособности.
	ПК-6 – У.2	Темы рефератов 1. Анализ балансовой прибыли 2. Анализ финансовых вложений 3. Анализ источников формирования капитала 4. Комплексный экономический анализ и финансовая стратегия предприятия 5. Финансово-экономические аспекты деятельности финансово-промышленных групп 6. Финансовый план. Хозяйствующего субъекта 7. Общая характеристика методов финансового анализа

Критерии оценки учебных действий обучающихся (выступление с докладом, реферат по обсуждаемому вопросу)

Оценка	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	обучающийся глубоко и всесторонне усвоил проблему; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения.
Хорошо	обучающийся твердо усвоил тему, грамотно и по существу

	излагает ее, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения.
Удовлетворительно	тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть Обучающийся освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений.
Неудовлетворительно	обучающийся не усвоил значительной части проблемы; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений.

7.1.3 Задания для оценки владений, навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание																		
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	УК-9 – В.1	Практические задания 1. Два косметических магазина 10 лет работают в большом городе. Стратегия магазина «Людмила» выражена следующим образом : «Для молодежи, которая любит экспериментировать в моде и хочет выглядеть сногшибательно, салон «Людмила» - место, где всегда можно купить супермодную косметику и прослушать курс макияжа». Владелица салона строит свою рекламную кампанию вокруг девиза «Людмила» - роковой шлягер этого лета. Магазин «Ева» придерживается совсем иной позиции: « Для зрелой женщины, желающей подчеркнуть женственность, «Ева» - салон, где вы найдете понимание, совет и новейшие достижения косметологов». Оба магазина – салон тратят на рекламу в летнем сезоне одинаковую сумму – по 5000 долларов. Из этой суммы каждый салон выделяет 1000 долларов – 20% рекламного бюджета- на разработку рекламы, написание текстов и оплату труда специалистов, организующих рекламную кампанию. Остальные 4000 долларов «Лола» распределяет так, как указано в таблице.																		
		Бюджет рекламы салона «Лола»																		
		<table><tr><th>Рекламо-распространитель</th><th>Содержание и параметры рекламной активности</th><th>Стоимость, доллар США</th></tr><tr><td>Радиостанция «Рок каждый день»</td><td>240 рекламных объявлений (плюс спонсирование субботней передачи «Ритмы моды»)</td><td>1200</td></tr><tr><td>«Программа 2» (хит-парад)</td><td>160 рекламных объявлений</td><td>800</td></tr><tr><td>Радио «Плюс» (хит-парад)</td><td>60 рекламных объявлений</td><td>600</td></tr><tr><td>Местная молодежная газета</td><td>4 объявления по 0,5 стр. каждое, с купонами на льготные покупки</td><td>400</td></tr><tr><td></td><td></td><td>1000</td></tr></table>	Рекламо-распространитель	Содержание и параметры рекламной активности	Стоимость, доллар США	Радиостанция «Рок каждый день»	240 рекламных объявлений (плюс спонсирование субботней передачи «Ритмы моды»)	1200	«Программа 2» (хит-парад)	160 рекламных объявлений	800	Радио «Плюс» (хит-парад)	60 рекламных объявлений	600	Местная молодежная газета	4 объявления по 0,5 стр. каждое, с купонами на льготные покупки	400			1000
		Рекламо-распространитель	Содержание и параметры рекламной активности	Стоимость, доллар США																
		Радиостанция «Рок каждый день»	240 рекламных объявлений (плюс спонсирование субботней передачи «Ритмы моды»)	1200																
«Программа 2» (хит-парад)	160 рекламных объявлений	800																		
Радио «Плюс» (хит-парад)	60 рекламных объявлений	600																		
Местная молодежная газета	4 объявления по 0,5 стр. каждое, с купонами на льготные покупки	400																		
		1000																		
Вопросы и задания 1. В чем состоят различия стратегических позиций двух магазинов – салонов? Какова их клиентура, чем она отличается, насколько она может быть постоянной? 2. На чем вы рекомендуете концентрировать внимание адресатов рекламы «Евы»? 3. Составьте примерный рекламный план для «Евы».																				

	УК-9– В.2	Практические задания					
		1. Задача №1					
		Провести анализ источников формирования оборотных средств.					
		Источники оборотных средств	На начало года	На конец года	Отклонение (+,-)		
			Сумма , тыс.руб.	Уд.вес, %	Сумма , тыс.руб.	Уд.вес, %	Сумма, тыс.руб.
		1. Собственные средства	15680	60,75	18620	64,52	2940
		2. Заемные средства	8500	32,93	8350	28,93	-150
		3. Привлеченные средства	1630	6,32	1890	6,55	260
		ИТОГО:	25810	100	28860	100	3050
ПК-6 Способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.	ПК-6 – В.1	Практические задания					
		1. Проанализировать деловую активность предприятия					
		Показатели				Базисный период	Отчетный период
		1. Выручка от продажи				120	150
		2. Среднегодовая стоимость имущества				82	111
		3. Среднегодовая стоимость внеоборотных активов				32	46
		4. Среднегодовая стоимость оборотных активов				50	65
		5. Среднегодовая стоимость собственного капитала				62	77
		6. Среднегодовая стоимость запасов				16	17
		7. Среднегодовая стоимость денежных средств				9	8,6
		8. Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности				36	40
		9. Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности				42	45
		10. Ресурсоотдача (обороты)				1,46	1,35
		11. Коэффициент оборачиваемости мобильных средств				2,4	2,31
		12. Коэффициент оборачиваемости материальных средств				7,5	8,82
		13. Отдача собственного капитала				1,94	1,95
		14. Срок оборачиваемости денежных средств				27	21
	ПК-6 – В.2	Практические задания					
		1. В период роста фирмы, когда напряжение между спросом и предложением услуги выше, существует полная загруженность персонала фирмы. При распределении работы между работниками, могут возникать конфликты. Предотвратить их можно составив четкую схему «Распределение работы между сотрудниками», необходимо учитывать такие факторы как: запросы клиента; потребности фирмы; реальные возможности фирмы.					

Критерии оценки учебных действий обучающихся на практических занятиях

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.

Хорошо	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
Удовлетворительно	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение.
Неудовлетворительно	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

7.2 ФОС для проведения промежуточной аттестации.

7.2.1. Задания для оценки знаний к зачету с оценкой.

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	УК-9 – 3.1	Перечень вопросов 1. Анализ объемов и структуры выпуска и продажи продукции. 2. Анализ ассортимента выпускаемой продукции. 3. Анализ качества и конкурентоспособности продукции, факторы их повышения. 4. Анализ факторов и резервов роста объемов производства и продажи продукции. 5. Анализ движения и технического состояния основных средств. 6. Анализ обеспеченности, состава, структуры и динамики основных средств. 7. Анализ эффективности использования основных средств. 8. Анализ производительности труда, факторы ее повышения.
	УК-9 – 3.2	Перечень вопросов 1. Анализ формирования и использования фонда заработной платы 2. Анализ обеспеченности материальными ресурсами 3. Анализ показателей эффективности использования материальных ресурсов 4. Анализ расходов на производство и реализацию продукции 5. Анализ затрат в системе директ-костинг 6. Анализ себестоимости отдельных видов продукции 7. Анализ прямых материальных затрат и трудовых затрат в составе себестоимости продукции 8. Анализ затрат по местам формирования и центрам ответственности. 9. Анализ и комплексная оценка резервов производства в условиях рыночной экономики
ПК-6 Способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.	ПК-6 – 3.1	Перечень вопросов 1. Анализ финансовых результатов деятельности. Оценка качества финансового результата 2. Анализ безубыточного объема продаж и запаса финансовой прочности хозяйствующего субъекта 3. Анализ формирования и использования чистой прибыли 4. Анализ показателей рентабельности хозяйствующего субъекта, пути ее повышения 5. Анализ состава, структуры и динамики оборотных активов 6. Анализ источников формирования оборотных активов 7. Анализ эффективности использования оборотных активов 8. Анализ ликвидности активов и оценка платежеспособности хозяйствующего субъекта.

	ПК-6 – 3.2	Перечень вопросов 1. Анализ движения денежных потоков хозяйствующего субъекта 2. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности хозяйствующего субъекта, эффективности управления расчетами 4. Анализ формирования и использования капитала хозяйствующего субъекта 5. Анализ финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта и прогнозирование вероятности его банкротства 6. Комплексная оценка эффективности хозяйственной деятельности и резервов развития хозяйствующего субъекта.
--	------------	---

7.2.1. Задания для оценки умений к зачету с оценкой.

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание									
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	УК-9 – У.1	Перечень заданий 1. Доказать, что с увеличением коэффициента использования оборудования: - снижаются амортизационные отчисления; - показать какие статьи в калькуляции себестоимости меняются и как; - указать диапазон возможного изменения коэффициента использования оборудования. 2. Основные задачи, решаемые органами управления на предприятии – это: а) разработка и обоснование стратегического курса, доведение их до повседневных функций; б) конкретизация общих стратегических и текущих задач; набор и расстановка кадров; в) организация контроля за качеством и своевременностью исполнения заданий и обязанностей; г) оперативное регулирование деятельности предприятия и подразделений; д) подготовка законодательных документов.									
	УК-9 – У.2	Перечень заданий 1. Установите соответствие между типами маркетинговых исследований и их содержанием: <table><tr><td>1.Поисковое</td><td>А. Исследование, проведенное с целью сбора предварительной информации для лучшего понимания проблем</td></tr><tr><td>2.Каузальное</td><td>Б. Исследование, проведенное на основе анализа вторичных данных с целью получения информации об общих тенденциях рыночной среды компании</td></tr><tr><td>3.Описательное</td><td>В. Исследование, выполненное в полностью естественных условиях с целью экспериментального воздействия на изучаемый объект</td></tr><tr><td>4.Полевое</td><td>Г. Исследование, проводимое для проверки гипотез относительно присутствия причинно-следственных связей</td></tr><tr><td>5.Кабинетное</td><td>Д. Исследование, направленное на описание маркетинговых проблем, ситуаций, рынков.</td></tr></table>	1.Поисковое	А. Исследование, проведенное с целью сбора предварительной информации для лучшего понимания проблем	2.Каузальное	Б. Исследование, проведенное на основе анализа вторичных данных с целью получения информации об общих тенденциях рыночной среды компании	3.Описательное	В. Исследование, выполненное в полностью естественных условиях с целью экспериментального воздействия на изучаемый объект	4.Полевое	Г. Исследование, проводимое для проверки гипотез относительно присутствия причинно-следственных связей	5.Кабинетное
1.Поисковое	А. Исследование, проведенное с целью сбора предварительной информации для лучшего понимания проблем										
2.Каузальное	Б. Исследование, проведенное на основе анализа вторичных данных с целью получения информации об общих тенденциях рыночной среды компании										
3.Описательное	В. Исследование, выполненное в полностью естественных условиях с целью экспериментального воздействия на изучаемый объект										
4.Полевое	Г. Исследование, проводимое для проверки гипотез относительно присутствия причинно-следственных связей										
5.Кабинетное	Д. Исследование, направленное на описание маркетинговых проблем, ситуаций, рынков.										
ПК-6 Способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий	ПК-6 – У.1	Перечень заданий 1. На основе данных о величине оборотных средств предприятия на 1-е число каждого месяца (в тыс. руб.): январь - 280, февраль - 290; март - 260; апрель - 290; май - 270; июнь - 280; июль -260; август - 260; сентябрь - 280; октябрь – 290; ноябрь - 285; декабрь - 290; январь следующего года 320.									

по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.		Необходимо рассчитать: среднюю арифметическую величину оборотных средств, в тыс. руб. среднюю хронологическую величину оборотных средств, в тыс. руб.
	ПК-6 – У.2	Перечень заданий 1. Отдел маркетинга фирмы индустрии моды и красоты, располагающей собственной сетью из 100 магазинов, намерен провести обследование в 25 из них. Имеется упорядоченный список всех салонов по мере увеличения товарооборота. Определите порядковые номера магазинов, где будет проводиться опрос. а) 1, 5, 9, 13, 17 и т.д., пока в ряду не будут значиться номера 25-ти магазинов б) 2, 6, 10, 14, 18 и т.д., пока в ряду не будут значиться номера 25-ти магазинов в) с первый по 25-й номера г) правильного ответа нет 2. Недостаток семантического дифференциала Чарльза Озгуда, как метода измерения отношения респондента к предмету исследования, заключается в том, что у него: а) низкая возможность автоматизированной обработки, низкая наглядность представления б) высокая трудоёмкость процедуры, поскольку при большом числе сравниваемых объектов резко увеличивается количество пар для сравнения и обработка усложняется в) трудоёмкость подбора биполярных определений, невозможность использования в телефонном опросе.

7.2.3. Задания для оценки владений, навыков к зачету с оценкой

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание																
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	УК-9 – В.1	Перечень заданий 1. Два косметических магазина 10 лет работают в большом городе. Стратегия магазина «Людмила» выражена следующим образом : «Для молодежи, которая любит экспериментировать в моде и хочет выглядеть сногсшибательно, салон «Людмила» - место, где всегда можно купить супермодную косметику и прослушать курс макияжа». Владелица салона строит свою рекламную кампанию вокруг девиза «Людмила» - роковой шлягер этого лета. Магазин «Ева» придерживается совсем иной позиции: « Для зрелой женщины, желающей подчеркнуть женственность, «Ева» - салон, где вы найдете понимание, совет и новейшие достижения косметологов». Оба магазина – салон тратят на рекламу в летнем сезоне одинаковую сумму – по 5000 долларов. Из этой суммы каждый салон выделяет 1000 долларов – 20% рекламного бюджета- на разработку рекламы, написание текстов и оплату труда специалистов, организующих рекламную кампанию. Остальные 4000 долларов «Лола» распределяет так, как указано в таблице.																
		Бюджет рекламы салона «Лола»																
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Рекламо-распространитель</th><th>Содержание и параметры рекламной активности</th><th>Стоимость, доллар США</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Радиостанция «Рок каждый день»</td><td>240 рекламных объявлений (плюс спонсирование субботней передачи «Ритмы моды»)</td><td>1200</td></tr> <tr> <td>«Программа 2» (хит-парад)</td><td>160 рекламных объявлений</td><td>800</td></tr> <tr> <td>Радио «Плюс» (хит-парад)</td><td>60 рекламных объявлений</td><td>600</td></tr> <tr> <td>Местная молодежная газета</td><td>4 объявления по 0,5 стр. каждое, с купонами на льготные покупки</td><td>400</td></tr> <tr> <td></td><td></td><td>1000</td></tr> </tbody> </table>	Рекламо-распространитель	Содержание и параметры рекламной активности	Стоимость, доллар США	Радиостанция «Рок каждый день»	240 рекламных объявлений (плюс спонсирование субботней передачи «Ритмы моды»)	1200	«Программа 2» (хит-парад)	160 рекламных объявлений	800	Радио «Плюс» (хит-парад)	60 рекламных объявлений	600	Местная молодежная газета	4 объявления по 0,5 стр. каждое, с купонами на льготные покупки	400	
Рекламо-распространитель	Содержание и параметры рекламной активности	Стоимость, доллар США																
Радиостанция «Рок каждый день»	240 рекламных объявлений (плюс спонсирование субботней передачи «Ритмы моды»)	1200																
«Программа 2» (хит-парад)	160 рекламных объявлений	800																
Радио «Плюс» (хит-парад)	60 рекламных объявлений	600																
Местная молодежная газета	4 объявления по 0,5 стр. каждое, с купонами на льготные покупки	400																
		1000																

		Вопросы и задания 1. В чем состоят различия стратегических позиций двух магазинов – салонов? Какова их клиентура, чем она отличается, насколько она может быть постоянной? 2. На чем вы рекомендуете концентрировать внимание адресатов рекламы «Евы»? 3. Составьте примерный рекламный план для «Евы».																																										
	УК-9 – В.2	Перечень заданий 1. Задача. Провести анализ источников формирования оборотных средств. <table><tr><td>Источники оборотных средств</td><td>На начало года</td><td>На конец года</td><td>Отклонение (+,-)</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td>Сумма, тыс.руб.</td><td>Уд.вес, %</td><td>Сумма, тыс.руб.</td><td>Уд.вес, %</td><td>Сумма, тыс.руб.</td><td>Уд.вес, %</td></tr><tr><td>1. Собственные средства</td><td>15680</td><td>60,75</td><td>18620</td><td>64,52</td><td>2940</td><td>3,77</td></tr><tr><td>2. Заемные средства</td><td>8500</td><td>32,93</td><td>8350</td><td>28,93</td><td>-150</td><td>-4</td></tr><tr><td>3. Привлеченные средства</td><td>1630</td><td>6,32</td><td>1890</td><td>6,55</td><td>260</td><td>0,23</td></tr><tr><td>ИТОГО:</td><td>25810</td><td>100</td><td>28860</td><td>100</td><td>3050</td><td>x</td></tr></table>	Источники оборотных средств	На начало года	На конец года	Отклонение (+,-)					Сумма, тыс.руб.	Уд.вес, %	Сумма, тыс.руб.	Уд.вес, %	Сумма, тыс.руб.	Уд.вес, %	1. Собственные средства	15680	60,75	18620	64,52	2940	3,77	2. Заемные средства	8500	32,93	8350	28,93	-150	-4	3. Привлеченные средства	1630	6,32	1890	6,55	260	0,23	ИТОГО:	25810	100	28860	100	3050	x
Источники оборотных средств	На начало года	На конец года	Отклонение (+,-)																																									
	Сумма, тыс.руб.	Уд.вес, %	Сумма, тыс.руб.	Уд.вес, %	Сумма, тыс.руб.	Уд.вес, %																																						
1. Собственные средства	15680	60,75	18620	64,52	2940	3,77																																						
2. Заемные средства	8500	32,93	8350	28,93	-150	-4																																						
3. Привлеченные средства	1630	6,32	1890	6,55	260	0,23																																						
ИТОГО:	25810	100	28860	100	3050	x																																						
ПК-6 Способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий.	ПК-6 – В.1	Перечень заданий 1. Проанализировать деловую активность предприятия <table><tr><td>Показатели</td></tr><tr><td>1. Выручка от продажи</td></tr><tr><td>2. Среднегодовая стоимость имущества</td></tr><tr><td>3. Среднегодовая стоимость внеоборотных активов</td></tr><tr><td>4. Среднегодовая стоимость оборотных активов</td></tr><tr><td>5. Среднегодовая стоимость собственного капитала</td></tr><tr><td>6. Среднегодовая стоимость запасов</td></tr><tr><td>7. Среднегодовая стоимость денежных средств</td></tr><tr><td>8. Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности</td></tr><tr><td>9. Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности</td></tr><tr><td>10. Ресурсоотдача (обороты)</td></tr><tr><td>11. Коэффициент оборачиваемости мобильных средств</td></tr><tr><td>12. Коэффициент оборачиваемости материальных средств</td></tr><tr><td>13. Отдача собственного капитала</td></tr><tr><td>14. Срок оборачиваемости денежных средств</td></tr></table>	Показатели	1. Выручка от продажи	2. Среднегодовая стоимость имущества	3. Среднегодовая стоимость внеоборотных активов	4. Среднегодовая стоимость оборотных активов	5. Среднегодовая стоимость собственного капитала	6. Среднегодовая стоимость запасов	7. Среднегодовая стоимость денежных средств	8. Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности	9. Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности	10. Ресурсоотдача (обороты)	11. Коэффициент оборачиваемости мобильных средств	12. Коэффициент оборачиваемости материальных средств	13. Отдача собственного капитала	14. Срок оборачиваемости денежных средств																											
Показатели																																												
1. Выручка от продажи																																												
2. Среднегодовая стоимость имущества																																												
3. Среднегодовая стоимость внеоборотных активов																																												
4. Среднегодовая стоимость оборотных активов																																												
5. Среднегодовая стоимость собственного капитала																																												
6. Среднегодовая стоимость запасов																																												
7. Среднегодовая стоимость денежных средств																																												
8. Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности																																												
9. Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности																																												
10. Ресурсоотдача (обороты)																																												
11. Коэффициент оборачиваемости мобильных средств																																												
12. Коэффициент оборачиваемости материальных средств																																												
13. Отдача собственного капитала																																												
14. Срок оборачиваемости денежных средств																																												
	ПК-6 – В.2	1. В период роста фирмы, когда напряжение между спросом и предложением услуги выше, существует полная загруженность персонала фирмы. При распределении работы между работниками, могут возникать конфликты. Предотвратить их можно составив четкую схему «Распределение работы между сотрудниками», необходимо учитывать такие факторы как: запросы клиента; потребности фирмы; реальные возможности фирмы.																																										

Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение	Неудовлетворительно/незачтено

	практических заданий	
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

8.1. Основная учебная литература:

1. Косолапова М.В., Свободин В.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник. – М.: Дашков и К, 2017.
2. Шадрина Г.В. Экономический анализ. Теория и практика : учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2017.
3. Казакова Н.А. Финансовый анализ: учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2018.

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Борисов Е.Ф. Экономика: учебник и практикум для бакалавриата. – М.: Юрайт, 2014.
2. Экономика: учебник / под ред. Ю.В. Федоровой. – Ростов н/Д: Феникс, 2014.
3. Борисов Е.Ф. Основы экономики: учебник. М.: Дрофа, 2015.
4. Аудит: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под ред. В.И. Подольского; науч. ред. А.А. Савин. 6 е изд., перераб. доп. Москва: Юнити, 2017. 688 с.
5. Основы бухгалтерского учета и аудита в сферах сервиса и туризма: учеб. пособие для бакалавров / Н.А. Бреславцева и др. Ростов н/Д: Феникс, 2014.

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

http://www.portal.gersen.ru	Сайт Электронной библиотеки Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена «Гуманитарные технологии в социальной сфере». Раздел «Методология и наука»
http://elibrary.rsl.ru/	Сайт Российской электронной библиотеки (РГБ)
www.gumer.info	Электронная библиотека ГУМЕР. Раздел НАУКА
http://www.filosofium.ru/	Сайт Философия науки, философия для аспирантов
http://ukrlibrary.org/	Электронный каталог научной литературы
http://www.jurnal.org/	Сайт журнала научных публикаций для аспирантов и докторантов

http://www.moluch.ru/	Сайт журнала «Молодой учёный»
http://www.biblioclub.ru	Университетская библиотека on-line

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

Основными видами аудиторной работы обучающегося при изучении дисциплины являются лекции и семинарские занятия. Обучающийся не имеет права пропускать без уважительных причин аудиторные занятия, в противном случае он может быть не допущен к зачету/экзамену.

На лекциях даются и разъясняются основные понятия темы, связанные с ней теоретические и практические проблемы, рекомендации для самостоятельной работы. В ходе лекции обучающийся должен внимательно слушать и конспектировать лекционный материал.

Завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины семинарские занятия. Они служат для контроля подготовленности обучающегося; закрепления изученного материала; развития умения и навыков подготовки докладов, сообщений по естественнонаучной проблематике; приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии.

Семинару предшествует самостоятельная работа обучающегося, связанная с освоением лекционного материала и материалов, изложенных в учебниках, учебных пособиях и в рекомендованной преподавателем тематической литературе. По согласованию с преподавателем или его заданию обучающийся может готовить рефераты по отдельным темам дисциплины. Примерные темы докладов, рефератов и вопросов для обсуждения приведены в настоящих рекомендациях.

10.1. Работа на лекции.

Основу теоретического обучения обучающихся составляют лекции. Они дают систематизированные знания обучающимся о наиболее сложных и актуальных философских проблемах. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению обучающимися изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Излагаемый материал может показаться обучающимся сложным, необычным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных отраслей науки, религии, истории, практики. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, обучающиеся должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета.

Обучающиеся должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Обучающимся, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

10.2. Работа с конспектом лекций.

Просмотрите конспект сразу после занятий. Отметьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не

удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам и тестам.

10.3. Выполнение практических работ.

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у обучающихся.

Практическое занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи занятия, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы. Дается список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к занятию.

Подготовка обучающихся к занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение обучающимися знаний, но и направленных на развитие у них творческого мышления, научного мировоззрения. Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, обучающимся необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение, дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1-2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий. Обучающийся должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам практических занятий.

10.4. Подготовка докладов, фиксированных выступлений и рефератов.

При подготовке к докладу по теме, указанной преподавателем, обучающийся должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 10-15 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Рекомендации к выполнению реферата:

1. Работа выполняется на одной стороне листа формата А 4.
2. Размер шрифта 14, межстрочный интервал (одинарный).
3. Объем работы должен составлять от 10 до 15 листов (вместе с приложениями).
4. Оставляемые по краям листа поля имеют следующие размеры:
Слева - 30 мм; справа - 15 мм; сверху - 15 мм; снизу - 15 мм.
5. Содержание реферата:
 - *Титульный лист.*
 - *Содержание.*
 - *Введение.*

Введение должно включать в себя краткое обоснование актуальности темы реферата. В этой части необходимо также показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и какое может иметь практическое значение.

- *Основной материал.*
- *Заключение.*

Заключение - часть реферата, в которой формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выполнение поставленных во введении задач и целей. Заключение должно быть чётким, кратким, вытекающим из основной части.

- *Список литературы.*

6. Нумерация страниц проставляется в правом нижнем углу, начиная с введения (стр. 3). На титульном листе и содержании, номер страницы не ставится.

7. Названия разделов и подразделов в тексте должны точно соответствовать названиям, приведённым в содержании.

8. Таблицы помещаются по ходу изложения, должны иметь порядковый номер. (Например: Таблица 1, Рисунок 1, Схема 1 и т.д.).

9. В таблицах и в тексте следует укрупнять единицы измерения больших чисел в зависимости от необходимой точности.

10. Графики, рисунки, таблицы, схемы следуют после ссылки на них и располагаются симметрично относительно центра страницы.

11. В списке литературы указывается полное название источника, авторов, места издания, издательство, год выпуска и количество страниц.

10.5. Разработка электронной презентации.

Распределение тем презентации между обучающимися и консультирование их по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату. Приступая к подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучающиеся представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу.

По согласованию с преподавателем, материалы презентации обучающийся может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов -это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами – не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;

-всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

-размер шрифта должен быть: 24–34 пункта (заголовки), 18–24 пунктов (обычный текст);

-текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;

- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись.

Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

-списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов – в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

10.6. Методика работы с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

В Институте созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в Институте комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте Института.

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие лифта, пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия: для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске); внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание); разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет: использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения; регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений; обеспечения

возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой Института по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия: ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий; в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию Института для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается; действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений; предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.

При проведении лекционных занятий по дисциплине преподаватель использует аудиовизуальные, компьютерные и мультимедийные средства обучения Института, а также демонстрационные (презентации) и наглядно-иллюстрационные (в том числе раздаточные) материалы.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся с использованием компьютерного и мультимедийного оборудования Института, при необходимости – с привлечением полезных Интернет-ресурсов и пакетов прикладных программ.

Лицензионное программно-информационное обеспечение	Microsoft Windows, Microsoft Office, Google Chrome, Kaspersky Endpoint Security
Современные профессиональные базы данных	1. Консультант+ 2. Справочная правовая система «ГАРАНТ».
Информационные справочные системы	1. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Современные цифровые технологии» 2. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 3. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 4. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 5. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)

12. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНЫХ АУДИТОРИЙ И ОБОРУДОВАНИЯ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).

Учебные занятия по дисциплине проводятся в специализированной аудитории, оборудованной ПК, с возможностями показа презентаций. В процессе чтения лекций, проведения семинарских и практических занятий используются наглядные пособия, комплект слайдов, видеороликов.

Применение ТСО (аудио- и видеотехники, мультимедийных средств) обеспечивает максимальную наглядность, позволяет одновременно тренировать различные виды речевой деятельности, помогает корректировать речевые навыки, способствует развитию слуховой и зрительной памяти, а также усвоению и запоминанию образцов правильной речи, совершенствованию речевых навыков.

Перечень оборудованных учебных аудиторий и специальных помещений

№ 505 Кабинет экономических дисциплин Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - трибуна - комплекты учебной мебели - демонстрационное оборудование – проектор и компьютер - принтер - учебно-наглядные пособия - шкаф для хранения пособий Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).
№ 505 Кабинет экономических дисциплин Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - трибуна - комплекты учебной мебели - демонстрационное оборудование – проектор и компьютер - принтер - учебно-наглядные пособия - шкаф для хранения пособий Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).
№ 404, 511 Помещения для самостоятельной работы - комплекты учебной мебели

- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016), Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №27-ПЛДЗ/2024 от 27 декабря 2023 года).
№ 404 Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели; - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему. Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016), Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №27-ПЛДЗ/2024 от 27 декабря 2023 года).
№ 401 Актный зал для проведения научно-студенческих конференций и мероприятий - специализированные кресла для актовых залов - сцена - трибуна - экран - технические средства, служащие для представления информации большой аудитории - компьютер - демонстрационное оборудование и аудиосистема - микрофоны Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).
№ 515 Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования - стеллажи - учебное оборудование

Разработчик: Полянский Д.С. к.э.н.