

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области  
государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Свердловской области

**«Ирбитский мотоциклетный техникум»**

**(ГАПОУ СО «ИМТ»)**

**ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

**38.02.01 ЭКОНОМИКА И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ (ПО ОТРАСЛЯМ)**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

**ДЛЯ СТУДЕНТОВ**

**ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ**

**ОП 07. Основы предпринимательской деятельности**

2019

Методические указания по выполнению практических работ

Автор: Вятчина Наталья Петровна,

преподаватель экономических дисциплин

## Содержание

1. Пояснительная записка.....	4
2. Порядок выполнения практической работы.....	5
3. Структура и содержание практической работы.....	6
4. Исходные данные для разработки бизнес- плана.....	7
5. Описания содержания основных разделов бизнес-плана.....	8
6. Источники информации.....	17
Приложение .....	18

## Пояснительная записка

Практические занятия являются логическим продолжением аудиторных занятий и предполагают выполнение сквозной задачи по составлению бизнес плана предприятия, фирмы

Дидактические цели практических занятий:

- Закрепление, углубление, расширение и систематизация знаний, полученных во время аудиторных занятий;
- Формирование общих и профессиональных компетенций;
- Формирование навыков самостоятельного умственного труда;
- Мотивирование регулярной целенаправленной работы по освоению специальности;
- Развитие самостоятельного мышления;
- Формирование убеждённости, способности к самоорганизации.

Перед выполнением студентами практических работ преподаватель объясняет цель задания, его содержание, сроки выполнения, основные требования и критерии оценки.

Практическая работа осуществляется индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объёма и конкретной тематики практической работы, уровня сложности, уровня умений и подготовленности студентов.

Контроль результатов практических работ студентов осуществляется в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине.

Контроль работы проходит путем проверки преподавателем выполненных практических работ.

Для выполнения практических работ студентам необходимо повторить пройденный на аудиторных занятиях материал, прочитать конспект, повторить формулы.

## 2. Порядок выполнения практической работы

Порядок выполнения практической работы:

- назначение темы и разработка индивидуального задания;
- составление плана работы;
- подбор литературы и необходимых данных;
- анализ исходных данных, расчеты показателей;
- написание, оформление и представление работы преподавателю;
- защита практических работ

Преподаватель оказывает помощь студенту в выборе темы, подборе литературы, справочных и других материалов, проводит консультации по вопросам содержания и последовательности выполнения работы, контролирует выполнение работы и оценивает результаты.

Защита практической работы проводится в устной форме. Оценку определяет преподаватель с учетом хода защиты.

Практическая работа оценивается по пятибалльной системе.

Критерии оценок:

Оценка «5» (отлично) ставится, если тема работы раскрыта полностью, грамотно проведены расчеты, сделаны правильные выводы и даны рекомендации, аккуратно и в соответствии с требованиями оформлена работа, даны точные ответы на вопросы преподавателя на защите практических работ.

Оценка «4» (хорошо) ставится, если тема работы раскрыта полностью, грамотно сделаны расчеты, но допущены неточности, сделаны правильные выводы и даны рекомендации, аккуратно и в соответствии с требованиями оформлена работа, если даны неполные и неточные ответы на вопросы преподавателя на защите практических работ.

Оценка «3» (удовлетворительно) ставится, если тема работы раскрыта не полностью, или допущены серьезные ошибки в расчетах, или студент не ответил на 3 вопроса преподавателя на защите практических работ.

Оценка «2» (неудовлетворительно) ставится, если тема работы не раскрыта, задание не выполнено..

### **3. Структура и содержание сквозной задачи по составлению бизнес-плана**

Основными разделами разрабатываемого бизнес-плана являются:

1. Резюме (краткое описание проекта).
2. Характеристика предприятия, отрасли.
3. Описание товара.
4. Анализ рынка и основных конкурентов.
5. Производственный план.
6. План маркетинга.
7. Организационный план.
8. Финансовый план.

#### **4. Исходные данные для разработки бизнес-плана производства новой продукции (оказания услуг, выполнения работ)**

Предприятие ,фирма представляющие любую сферу бизнеса

Вид деятельности – производство продукции (выполнение работ, оказания услуг).

Конкретный вид деятельности выбирается самим студентом.

Форма собственности – частная.

Размер уставного капитала – не менее .....

Планируется осуществление производства продукции с использованием долгосрочного кредита на приобретение основных фондов сроком на 3 г. Ставка банка по кредиту на момент планирования... Способ обеспечения возвратности кредита выбирается самим студентом.

Предприятие арендует производственные помещения и помещение под офис.

Руководство деятельностью предприятия ведет – генеральный директор.

Генеральный директор назначает коммерческого директора, который занимается вопросами маркетинга и главного бухгалтера.

Цель предприятия (миссия) – удовлетворение потребности фирм и населения в товаре (работе, услуге).

Производственный процесс, применяемый на предприятии, характеризуется широкой номенклатурой производственных изделий, небольшим объемом выпуска.

Производственный процесс осуществляется на различном универсальном оборудовании.

К началу планирования заключены предварительные договоры с несколькими фирмами на изготовление товаров, а также с фирмой, осуществляющей розничную продажу товаров.

Сведения об основных конкурентах: не менее 2 конкурентов.

Режим работы предприятия определяется студентом самостоятельно.

## 5.Описания содержания основных разделов бизнес-плана

**1. РЕЗЮМЕ** должно включать следующую информацию:

- цель и задачи бизнес-плана;
- описание предприятия, его специализацию, предысторию его развития;
- краткие сведения о квалификации управленческого персонала, какими способностями они обладают применительно к настоящему бизнес-проекту;
- преимущества продукции (работ, услуг) предприятия на рынке и в отрасли;
- ресурсы предприятия;
- стратегии предприятия;
- описание ситуации на рынке и в отрасли;
- потребности в инвестициях, источники финансирования проекта, порядок возврата заемных средств;
- риски предприятия;
- экономическое обоснование и эффективность проекта.

Таким образом, резюме представляет собой обзор бизнес-плана. Его объем не более 3 страниц.

Задача резюме - в сжатой форме представить основные идеи бизнес-план, а также при необходимости привлечь внимание и заинтересовать потенциального партнера, инвестора, кредитора.

**2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ, ОТРАСЛИ** включает следующие сведения:

- полное и сокращенное наименование предприятия, дата и место регистрации, местонахождение, банковские реквизиты;
- инициатор проекта;
- организационно-правовая форма предприятия;
- размер уставного капитала;
- характеристики менеджеров высшего звена управления (ФИО, возраст, образование, квалификация, опыт работы, какими способностями они обладают применительно к настоящему бизнес-проекту);
- основной вид деятельности, код по Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности;
- формулировку миссии предприятия.



**3. ОПИСАНИЕ ТОВАРА** (с позиции потребителя), дается комплексная оценка продукта, обосновывается необходимость совершенствования продукта.

О товаре приводятся следующие сведения:

- наименование, ассортимент и номенклатура;
- область применения;
- какую потребность удовлетворяет;
- показатели качества (долговечность, надежность, простота и безопасность, процент брака и др.);
- внешнее оформление и упаковка;
- патентная защищенность, свидетельства на товарный знак;
- описание преимуществ планируемого к производству продукта;
- слабые и сильные стороны товара (таблица 1);
- сравнение с другими товарами;
- основные направления совершенствования продукции.

В данном разделе необходимо разработать товарный знак – обозначение товара данного производителя, способное отличать этот товар с однородными товарами конкурентов.

Данный раздел предполагает проведение SWOT-анализа

#### **4. АНАЛИЗ РЫНКА И ОСНОВНЫХ КОНКУРЕНТОВ**

В данном разделе бизнес-плана следует:

- оценить рынок сбыта, выявить наиболее перспективные рынки сбыта;
- определить размеры (емкость) рынка, т.е. общий объем товаров, который покупатели определенного региона могут приобрести;
- определить степень насыщенности рынка;
- оценить тенденции изменения емкости и насыщенности рынка на ближайшую перспективу;
- оценить основных конкурентов.

#### **5. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН**

В данном разделе бизнес-плана определяется производственная программа предприятия, дается подробное описание производственного процесса. Производственный план формируется на основе плана сбыта продукции и проектируемых производственных мощностей.

Структура данного раздела следующая:

- схема технологического процесса и его описание;
- производственная программа предприятия;
- планирование потребности в основных фондах (производственных площадях, оборудовании и др.);
- планирование потребности в сырье, материалах.

**Производственная программа** – план по производству и реализации продукции.

В производственной программе необходимо определить объем выпуска продукции (выполнения работ, оказания услуг) в натуральном выражении по группам продукции и общий объем выпуска.

Расчет производственной программы начинается с расчета производственной мощности. Производственная мощность представляет собой максимально возможный выпуск продукции за год.

Методика расчета производственной мощности (М) должна учитывать специфические особенности производства:

- для непрерывных процессов расчет производится по формуле:

$$M = n * П * T_{эф.}, (1)$$

- для периодических процессов (с прерывным режимом работы) расчет производится по формуле:

$$M = n * T_{эф.} / D_{п.ц.} * Z * K_1 * K_2, (2)$$

где, n – количество единиц однотипного оборудования;

П – часовая производительность единицы ведущего оборудования в натуральных единицах;

$T_{эф.}$  – годовой эффективный фонд времени работы оборудования, ч.

$D_{п.ц.}$  – длительность производственного цикла, ч.;

Z – разовая загрузка сырья в натуральных единицах;

$K_1$  – коэффициент содержания основного вещества в перерабатываемом сырье;

$K_2$  – коэффициент выхода готовой продукции из исходного сырья.

Годовой эффективный фонд рабочего времени ( $T_{эф.}$ ) рассчитывается по формуле:

$$T_{эф.} = T_{ном.} * (100-T)/100, (3)$$

где,  $T_{ном.}$  – номинальный фонд времени работы оборудования, ч;

$T$  – процент планируемых текущих простоев (ремонт, переналадка). Для расчета принимаем  $T = 5\%$ .

$$T_{ном.} = (K - B) * K_{см} * T_{см}, (4)$$

где,  $K$  – количество дней в году;

$B$  – число выходных и нерабочих праздничных дней;

$K_{см}$  – число смен в сутки;

$T_{см}$  – продолжительность смены, ч.

Приводится в виде таблицы производственная программа предприятия

Производится расчет стоимости основных производственных фондов

Далее рассчитывается **потребность в сырье, материалах**

## 6. ПЛАН МАРКЕТИНГА

В этом разделе бизнес-плана описывается стратегия маркетинга, заключающаяся в проведении возможностей предприятия в соответствии с ситуацией на рынке.

Основными элементами плана маркетинга являются:

- каналы распределения товаров;
- маркетинговая стратегия;
- анализ ценовой политики и методы ценообразования;
- методы стимулирования продаж, формирования спроса и организация послепродажного сервиса;
- реклама.

Основные функции распределения товаров заключаются, во-первых, в физическом перемещении товаров в пространстве и во времени; во-вторых, в обеспечении доступности товаров для покупателей.

Среди участников каналов распределения выделяю таких посредников, как простые посредники (агенты, брокеры, комиссионеры) и торговцы (оптовые и розничные).

*Маркетинговая стратегия* – это часть общей стратегии предприятия, одна из ее функциональных стратегий, поэтому в основе плана маркетинга лежат стратегические цели.

Выбираем маркетинговую стратегию проникновения с товаром на свободный сегмент рынка.

Ценовая политика в маркетинге заключается в том, что организация устанавливает на свои товары такие цены и так их изменяет в зависимости от ситуации на рынке, чтобы обеспечить достижение запланированных целей.

Ценовая политика разрабатывается на основе маркетинговой стратегии.

Выбираем ценовую стратегию. Выбор проводится из следующих типовых ценовых стратегий:

- стратегия ценового прорыва (цены несколько ниже, чем у конкурентов);
- стратегия «снятия сливок» (цены несколько выше, чем у конкурентов);
- цены примерно на уровне цен конкурентов.

Практика установления цен проявляется в ориентации на издержки, на спрос и конкурентов. Указанные направления дают возможность определить границы, в которых принимается маркетинговое решение об установлении цены: нижний предел цены определяется размером издержек, верхний – спросом на рынке.

В зависимости от конкретной ситуации на рынке могут быть использованы следующие *методы ценообразования*:

#### 1. Стимулирующие:

- бонусные скидки постоянным клиентам;
- скидки за плату наличными;
- скидки за количество покупаемого товара;
- сезонные скидки;
- скидки-зачеты (сдача старой вещи в счет оплаты приобретаемого товара).

#### 2. Ассортиментные:

- ценовые линии (диапазон цен в рамках товарного ассортимента);
- цены выше номинала (широкий выбор дополнительных товаров к базовому товару);

- цены с приманкой (основной товар по доступной цене, а дополнительный – по повышенным ценам);
- цена за комплект (более низкие цены на основной продукт за счет реализации побочного);
- цены на сопутствующие товары (наценки на обязательные сопутствующие товары).

### 3. Конкурентные:

- ценовые войны (повышение и понижение цен);
- цены «снятия сливок»;
- цены проникновения;
- цены по кривой освоения (между ценами «снятия сливок» и проникновения).

### 4. Дифференцированные:

- по месту нахождения покупателей на разных территориях;
- по времени года, суток;
- по контингенту потребителей (например, студенты, пенсионеры);
- по количеству продаваемой продукции в одной партии.

### 5. Методы ценообразования с ориентацией на издержки.

6. Метод определения цены с ориентацией на спрос (метод оценки реакции потребителей – потребительской оценки).

### 7. Метод ценообразования по доходу на капитал.

Основным методом ценообразования являются «издержки + прибыль».

Определение цены (Ц) этим методом производится по формуле:

$$Ц = (С + П) + НДС, \quad (5)$$

где, С- полная себестоимость единицы продукции, руб.;

П- планируемый размер прибыли на единицу продукции, руб.;

НДС- налог на добавленную стоимость (18% или 10%), руб.

Далее рассчитывается коэффициент эластичности спроса по цене по формуле:

$$K_3 = (Q_2 - Q_1) / (Q_1 + Q_2) : (P_2 - P_1) / (P_2 + P_1), \quad (6)$$

где,  $Q_1$ ,  $Q_2$  – объемы продаж планируемого предприятия и основного конкурента, ед.;

$P_1$ ,  $P_2$  – цены единицы продукции планируемого периода предприятия и

основного конкурента.

Если  $K_d > 1$ , то спрос эластичен по цене, т.е. изменение цены продукции на 1 % повлечет изменение объема продаж в натуральных единицах больше чем на 1 %.

Если  $K_d < 1$ , то спрос неэластичен по цене, т.е. изменение цены единицы продукции на 1 % повлечет изменение объема продаж в натуральных единицах меньше чем на 1 %.

В части *рекламы* описываются тип (товарная или фирменная), средства распространения (прямая, в прессе, печатная реклама, наружная реклама, теле- и радио- реклама, на транспорте, сувенирная). Расходы на рекламу определяются в разделе «Финансовый план».

## 7. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

состоит из следующих элементов:

- организационная структура управления предприятием;
- потребность в персонале, заработная плата;
- кадровая политика предприятия.

**Организационная структура предприятия** представляет собой способ и форму объединения работников предприятия для достижения поставленных перед ней целей. Организационная структура оформляется в виде схемы. При описании организационной структуры необходимо показать, какова структура управления предприятием, кто и чем будет заниматься, как структурные подразделения будут взаимодействовать между собой и каким образом намечается координировать и контролировать их деятельность. Организационную структуру предприятия рекомендуется представить в виде схемы.

Виды организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизионная, матричная и др.

Далее в бизнес-плане необходимо представить информацию **о потребности в персонале** по категориям, определить численность работников явочную и списочную, режим рабочего времени, рассчитать баланс рабочего времени, описать форму привлечения к труду работников (постоянная работа, совместительство, домашняя работа и др.), описать применяемые на предприятии системы оплаты труда работников и рассчитать заработную плату.

## ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

В этом разделе бизнес-плана обобщают все предшествующие материалы разделов бизнес-плана и представляют его в стоимостном варианте.

При разработке финансового плана необходимо:

- составить: план издержек (себестоимости продукции), отчет о доходах и расходах, отчет о движении денежных средств;
- рассчитать точку безубыточности;
- составить план по рискам;
- определить показатели финансово-экономической целесообразности реализации проекта.

**Расчет издержек производства (калькуляция)** приводится укрупнено и подразделяются на *переменные*, зависящие от изменения объемов производства продукции, и *постоянные*, не зависящие от изменения объемов производства и рассчитываются на весь объем выпускаемой продукции .

Затраты на топливо и электроэнергию определяются умножением плановой потребности в тепловой и электрической энергии на соответствующие установленные тарифы.

Расчет расходов на содержание и эксплуатацию оборудования, цеховых расходов осуществляется по укрупненным нормативам.

Сумма амортизационных отчислений за год линейным методом определяется по формуле:

$$A = C_{\text{перв.}} * N_a / 100 , (12)$$

где  $C_{\text{перв.}}$  - первоначальная стоимость объекта основных фондов, руб.

$N_a$  – норма амортизации, %.

$$N_a = 1/k * 100, (13)$$

где  $k$  – срок полезного использования объекта, лет.

Общезаводские расходы рассчитываются либо прямым счетом в виде соответствующей сметы либо укрупнено в размере 15 % от цеховой себестоимости.

Внепроизводственные расходы, связанные с реализацией продукции (в том числе расходы на рекламу), принимаются укрупнено в размере 2 % от производственной себестоимости.

Затем составляется **отчет о доходах и расходах**

Доход от реализации продукции определяется по формуле:

$$D_{\text{реал.}} = \sum V_i * C_{i\text{в}} (14)$$

где,  $V_i$  – объем продаж  $i$ -ого вида продукции в натуральном выражении;

$C_i$  – цена  $i$ -ого вида продукции без НДС, руб.

Налог на имущество организаций определяется исходя из среднегодовой стоимости имущества и налоговой ставки 2 %.

Налог на прибыль организаций определяется исходя из балансовой прибыли и налоговой ставки 20 %.

Затем составляется **баланс денежных средств** с тем, чтобы определить, достаточно ли денежных средств у предприятия для осуществления нормального бесперебойного процесса производства



## Источники информации

1. Арустамов Э.А. и др. Организация предпринимательства: Учебное пособие. – М.: Маркетинг, МУПК, 2010.
2. Баринов В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 20012. – 272 с.
3. Басовский Л. Е. Маркетинг: Учебное пособие – М.: Инфро – М., 2011. -134с.
4. Бизнес-план: стратегия и тактика развития компании: практическое пособие / Ю.Н. Лапыгин, Д.Ю. Лапыгин. – М.: Издательство «Омега – Л», 2011. – 350 с.
5. Бизнес-план инвестиционного проекта: Отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация: Учебное пособие / Под ред. В.М. Попова. – М.: финансы и статистика, 2010. – 418 с.
6. Боков В.В. и др. Предпринимательские риски и хеджирование в отечественной и зарубежной экономике. – М.: ПРИОР, 2012
7. Грибов В.Д. Основы бизнеса: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2011.
8. Гражданский кодекс Российской Федерации /ч. 1 и 2/.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, – 245 с.
10. Мурахтанова Н. М, Ерёмкина Е. И. Маркетинг: Учебное пособие. – М: Академия; Мастерство, 2012 – 208с.
11. Налоговый кодекс Российской Федерации /Часть 1 и 2/.
12. Основы предпринимательской деятельности. Маркетинг: Учебное пособие/ Под ред. В. М. Власовой. – М: Финансы и статистика, 2010. – 528с.
13. Организация предпринимательской деятельности: Учебное пособие/ Под ред. А. С. Пелиха. Изд. Второе, испр. И доп. Москва: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2012.- 336 с.
14. Пивоваров К.В. Бизнес-планирование: учебно-методическое пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>0</sup>», 2012. – 164 с.
15. Предпринимательство: Учебник для вузов /Под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ, 2010.
16. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями/ Под ред. В.М. Попова. \_ М.: КноРус, Издательство ГНОМ и Д, 2013. – 360 с.
17. Сергеев И.В., Веретенникова И.И. Экономика организации. – М.: ТК Велби, Издательство Проспект, 2011. -560 с.
18. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2012. -160 с.
19. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».
20. Черняк В.З., Черняк А.В., Довдиенко И.В. Бизнес планирование. Учебно-практическое пособие. – М.: РЛД, 2011. – 272 с.

## Приложение

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Свердловской области

**«Ирбитский мотоциклетный техникум»**

**(ГАПОУ СО «ИМТ»)**

### ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА

по дисциплине «Бизнес-планирование»

по теме: **Бизнес – план по открытию .....**

Студент : группы \_\_\_\_ курс 3

\_\_\_\_\_ (ФИО)

специальность 38.02.01. Экономика и бухгалтерский учет ( по отраслям

## «Оформление учредительных документов юридических лиц»

Цель – научиться оформлять учредительные документы организации

### Учредительный договор

Учредительный договор ООО «\_\_\_\_\_»

Город \_\_\_\_\_, «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ года.

Граждане \_\_\_\_\_ Российской Федерации:  
\_\_\_\_\_, паспорт серия \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_, выдан ОВД «\_\_\_\_\_» ГОР.  
\_\_\_\_\_, дата выдачи: \_\_\_\_\_ года, код подразделения \_\_\_\_\_, проживающий по адресу:  
\_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_, паспорт серия \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_, выдан Паспортным столом № \_\_\_\_\_ г.  
\_\_\_\_\_, дата выдачи \_\_\_\_\_ года, код подразделения: \_\_\_\_\_, проживающая по адресу:  
\_\_\_\_\_.

далее вместе именуемые «Учредители» и/или «Участники», на основании Гражданского кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 08.02.98 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (далее «Закон») заключили настоящий Договор о нижеследующем:

#### 1. Предмет договора

1.1. Учредители на основании объединения своих вкладов обязуются создать Общество с ограниченной ответственностью «\_\_\_\_\_», именуемое в дальнейшем «Общество».

1.2. Общество создано и действует в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом Российской Федерации «Об обществах с ограниченной ответственностью», настоящим Договором и Уставом.

1.3. Общество создано с целью удовлетворения потребностей внутреннего и внешнего рынка в продукции, товарах и услугах, производимых и оказываемых Обществом, и получения прибыли от результатов своей деятельности.

1.4. Для достижения цели Общество вправе заниматься любыми видами деятельности с учетом ограничений, установленных действующим законодательством. Деятельность, осуществление которой возможно только при наличии специальных разрешений (лицензий), осуществляется Обществом при их наличии.

1.5. Общество является юридическим лицом, имеет в собственности и на основании иных вещных прав обособленное имущество, отвечает по своим обязательствам всем своим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права и нести обязанности, быть истцом и ответчиком в судах.

1.6. Место нахождения Общества: \_\_\_\_\_

1.7. Почтовый адрес Общества: \_\_\_\_\_

#### 2. Уставный капитал Общества, доли и вклады участников

2.1. Величина уставного капитала Общества определена в размере \_\_\_\_\_ рублей и состоит из номинальной стоимости долей его участников.

2.2. Номинальная стоимость и размер долей участников Общества определены следующим образом:

\_\_\_\_\_ имеет долю номинальной стоимостью \_\_\_\_\_ рублей, что составляет \_\_\_\_\_ процентов Уставного капитала Общества;

\_\_\_\_\_ имеет долю номинальной стоимостью \_\_\_\_\_ рублей, что составляет \_\_\_\_\_ процентов Уставного капитала Общества.

2.3. Вклады в Уставный капитал Общества оплачиваются учредителями денежными средствами в российской валюте. Вклад в Уставный капитал Общества на момент государственной регистрации Общества оплачен полностью учредителями Общества денежными средствами в российской валюте в размере \_\_\_\_\_ рублей, из них: \_\_\_\_\_ рублей оплатил \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ рублей оплатила \_\_\_\_\_.

2.4. Вкладом в Уставный капитал Общества могут быть деньги, ценные бумаги, другие вещи или имущественные права либо иные права, имеющие денежную оценку. Денежная оценка неденежных

вкладов в Уставный капитал, вносимых участниками Общества и принимаемыми в Общество третьими лицами, утверждается решением Общего собрания участников Общества, принимаемым всеми участниками Общества единогласно.

2.5. Действительная стоимость доли участника общества соответствует части стоимости чистых активов общества, пропорциональной размеру его доли.

2.6. Не допускается освобождение учредителя общества от обязанности внесения вклада в уставный капитал общества, в том числе путем зачета его требований к обществу.

### 3. Распределение прибыли Общества

3.1. Прибыль, остающаяся у Общества после уплаты налогов и других обязательных платежей (чистая прибыль), поступает в полное распоряжение Общества.

3.2. Общество вправе ежеквартально, раз в полгода или раз в год принимать решение о распределении своей чистой прибыли между участниками Общества. Решение об определении части прибыли Общества, распределяемой между участниками Общества, принимается Общим собранием участников Общества. Часть прибыли Общества, предназначенная для распределения между его участниками, распределяется пропорционально их долям в Уставном капитале.

3.3. Общество не вправе принимать решение о распределении своей прибыли между участниками Общества:

- до полной оплаты всего уставного капитала Общества;
- до выплаты действительной стоимости доли (части доли) участника Общества в случаях, предусмотренных действующим законодательством об обществах с ограниченной ответственностью;
- если на момент принятия такого решения Общество отвечает признакам банкротства или если указанные признаки появятся у Общества в результате принятия такого решения;
- если на момент принятия такого решения стоимость чистых активов Общества меньше его Уставного капитала и резервного фонда или станет меньше их размера в результате выплаты;
- в иных случаях, предусмотренных федеральными законами.

3.4. Общество не вправе выплачивать участникам Общества прибыль, решение о распределении которой между участниками принято:

- если на момент выплаты Общество отвечает признакам банкротства или если указанные признаки появятся у Общества в результате выплаты;
- если на момент выплаты стоимость чистых активов Общества меньше его уставного капитала и резервного фонда или станет меньше их размера в результате выплаты;
- в иных случаях, предусмотренных федеральными законами.

3.5. По прекращении перечисленных в пункте 3.4. настоящего договора обстоятельств Общество обязано выплатить участникам Общества прибыль, решение о распределении которой между участниками Общества принято.

### 4. Ответственность Общества

Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Общество не отвечает по обязательствам своих участников. Участники не отвечают по обязательствам Общества и несут риск убытков, связанных с деятельностью Общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. На участников Общества может быть возложена субсидиарная ответственность в случаях и в порядке, установленных законом.

### 5. Органы управления Обществом

5.1. Высшим органом управления Обществом является Общее собрание участников Общества, в которое входят участники Общества или их законные представители. Компетенция Общего собрания участников определена действующим законодательством и Уставом Общества.

5.2. Руководство текущей деятельностью Общества и исполнение решений, принимаемых Общим собранием участников, осуществляется единоличным исполнительным органом Общества - Генеральным директором в соответствии с полномочиями, определенными Уставом Общества и действующим законодательством Российской Федерации.

### 6. Права и обязанности участников

6.1. Участники Общества вправе:

- участвовать в управлении делами Общества;

- получать информацию о деятельности Общества и знакомиться с его бухгалтерскими книгами и иной документацией;
- принимать участие в распределении прибыли в установленном порядке;
- получать в случае ликвидации Общества часть имущества, оставшегося после расчетов с кредиторами или его стоимость.
- продать или иным образом уступить свою долю в уставном капитале общества либо ее часть одному или нескольким участникам Общества, самому Обществу либо третьим лицам в порядке, предусмотренном Уставом Общества и настоящим договором;
- в любое время выйти из общества независимо от согласия других его участников.

## 6.2. Дополнительные права:

6.2.1. Участники Общества пользуются преимущественным правом на выполнение заказов, полученных Обществом, а также на получение заказов Общества на выполнение работ и оказание услуг.

6.2.2. По решению общего собрания участников всем участникам или определенному участнику Общества могут быть предоставлены иные дополнительные права.

6.2.3. Дополнительные права, предоставленные определенному участнику Общества, в случае отчуждения его доли (части доли) к приобретателю доли (части доли) не переходят.

6.2.4. По решению общего собрания участников Общества дополнительные права участника (участников) Общества могут быть прекращены или ограничены.

## 6.3. Участники Общества обязаны:

- соблюдать положения настоящего Устава и учредительного договора, выполнять решения общего собрания участников Общества;
- вносить вклады в порядке, в размерах, в составе и в сроки, которые предусмотрены законодательством и учредительными документами Общества;
- не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности Общества;
- предоставлять Обществу информацию, необходимую для его успешной деятельности, и оказывать любое содействие Обществу в достижении его уставных целей; воздерживаться от действий, способных нанести моральный или материальный вред Обществу или его участникам.

6.4. Возложение дополнительных обязанностей на участника Общества осуществляется по решению Общего собрания участников Общества, принятому большинством не менее двух третей голосов от общего числа голосов участников Общества, при условии, если участник Общества, на которого возлагаются дополнительные обязанности, голосовал за принятие такого решения или дал письменное согласие.

## 7. Выход участника из Общества

7.1. Участник Общества вправе в любое время выйти из Общества независимо от согласия других его участников или Общества. В случае выхода участника общества из общества его доля переходит к обществу с момента подачи заявления о выходе из общества. При этом общество обязано выплатить участнику общества, подавшему заявление о выходе из общества, действительную стоимость его доли, определяемую на основании данных бухгалтерской отчетности общества за год, в течение которого было подано заявление о выходе из общества, либо с согласия участника общества выдать ему в натуре имущество такой же стоимости, а в случае неполной оплаты его вклада в уставный капитал общества действительную стоимость части его доли, пропорциональной оплаченной части вклада.

7.2. Общество обязано выплатить участнику общества, подавшему заявление о выходе из общества, действительную стоимость его доли или выдать ему в натуре имущество такой же стоимости в течение шести месяцев с момента окончания финансового года, в течение которого подано заявление о выходе из общества.

7.3. Выход участника из Общества не освобождает его от обязанности перед Обществом по внесению вклада в имущество Общества, возникшей до подачи заявления о выходе.

## 8. Коммерческая тайна

8.1. Предоставленная участникам техническая, финансовая, коммерческая и иная информация, связанная с созданием и деятельностью Общества, считается конфиденциальной.

8.2. Объем информации, считающейся конфиденциальной, определяется Общим собранием участников Общества в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

#### 9. Прекращение деятельности Общества

Прекращение деятельности Общества происходит путем его реорганизации (слияния, присоединения, разделения, преобразования) или ликвидации в случаях и в порядке, предусмотренном действующим законодательством Российской Федерации.

#### 10. Разрешение споров

10.1. Участники будут прилагать все усилия к тому, чтобы разрешать все возникающие разногласия и споры, связанные с выполнением настоящего Договора, путем переговоров.

10.2. В случае если разногласия и споры не могут быть разрешены путем переговоров, они разрешаются в общем порядке в суде. Решение суда является окончательным и обязательным для спорящих сторон.

#### 11. Действие настоящего Договора

11.1. Настоящий Договор заключен на неопределенный срок и действует с момента его подписания сторонами.

11.2. Настоящий договор может быть изменен, дополнен, прекращен в случаях и на основаниях, предусмотренных действующим законодательством.

Учредители Общества:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Для рег-ции ООО в МИФНС \_\_\_ по г. \_\_\_\_\_ необходим следующий комплект документов:

1. заявление формы \_\_\_\_\_;
2. протокол (если 1 учредитель-решение)
3. 1 оригинал Устава
4. 1 копия Устава
5. 1 оригинал Учредительного договора
6. 1 копия Учредительного договора
7. квитанция об оплате гос. пошлины \_\_\_ р.
8. квитанция об оплате за заверение учр. док-тов (\_\_\_ р.плюс \_\_\_ р., итого \_\_\_ р.)
9. запрос на получение заверенных учредительных документов
10. гарантийное письмо от собственника нежилого помещения о предоставлении адреса, указанного в учредительных документах в качестве адреса места нахождения Общества.
11. Свидетельство о гос. рег-ции права на собственность (на данный адрес)

## Практическая работа № 2

### «Оформление договорных правоотношений»

Цели работы: совершенствование навыков составления и оформления документов в соответствии с требованиями.

ДОГОВОР ПОСТАВКИ

г. \_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_ "\_\_\_" \_\_\_\_\_ г.

\_\_\_\_\_ /  
(наименование юридического лица, Ф.И.О. предпринимателя)  
именуемое в дальнейшем "Поставщик", в лице \_\_\_\_\_ /  
(должность, Ф.И.О.)

действующего на основании \_\_\_\_\_ /  
(Устава, Положения, Доверенности,  
Свидетельства - их №, дата)

и \_\_\_\_\_ /  
(наименование юридического лица, Ф.И.О. предпринимателя)  
именуемое в дальнейшем "Покупатель", в лице \_\_\_\_\_ /  
(должность, Ф.И.О.)

действующего на основании \_\_\_\_\_ /  
(Устава, Положения, Доверенности,  
Свидетельства - их №, дата)

заключили настоящий договор о нижеследующем:

Оформление документа начните с названия "Договор **поставки**", разместив его в верхней части листа по центру. Далее укажите номер **договора**, место и дату его заключения. Здесь же напишите реквизиты сторон ( полное наименование, ФИО и должность лица, уполномоченного на подписание **договора** согласно Устава, доверенности с указанием номера и даты).

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Поставщик обязуется поставить, а Покупатель принять и оплатить \_\_\_\_\_ /  
(наименование товара) в количестве \_\_\_\_\_ /  
на сумму \_\_\_\_\_ руб.

Вариант II. Поставщик обязуется поставить, а Покупатель принять и оплатить товар согласно спецификации, которая является неотъемлемой частью настоящего договора.

В основной части соглашения зафиксируйте предмет **договора**. Это будут обязательства отправки товара одной стороной и приемки его другой стороной с описанием товара, его количества и полной суммой, на которую составлен договор **поставки**.

Далее опишите условия соглашения, принимаемые обеими сторонами к обязательному исполнению. Это пункт о качестве и комплектности **поставки**, способе упаковки и маркировке товара. Но самым важным будет обязательное указание сроков и порядка **поставки** продукции.

В следующем разделе **договора** распишите финансовые подробности соглашения (цена, порядок расчетов и сумма соглашения). Здесь можно оговорить порядок **поставки** и приемки товара, определить размер партий и суммы отдельных платежей.





### Практическая работа № 3

#### « Стратегии ценообразования и специфика установления цен»

Цель систематизация и закрепление полученных теоретических знания и практических умения по специфике установления цен.

##### ЗАДАЧА № 1

Известно, что в текущем периоде доля затрат на электроэнергию в цене продукции составляла 20 %, доля затрат на заработную плату – 26%. В прогнозном периоде ожидается повышение тарифов на электроэнергию на 18%, ставки заработной платы вырастут на 15 %. На сколько процентов вырастет цена продукции.

##### ЗАДАЧА № 2

Определите, выгодно ли производителю снизить цену мороженого на 0,5 рубля, если текущая цена мороженого 6 руб., планируемый объем продаж 1 млн. штук. Показатель эластичности спроса по цене 1,5.

##### ЗАДАЧА № 3

Определите, розничную цену 1 кг пшеничного хлеба высшего сорта, исходя из следующих данных:

стоимость 1 кг пшеницы – 5 руб.;

издержки элеватора – 1,2 руб.;

рентабельность затрат элеватора – 20%;

издержки мельниц – 1,5 руб.;

рентабельность затрат мельниц – 20%;

издержки хлебозавода – 1,8 руб.;

рентабельность затрат хлебозавода – 30%;

норма выхода хлеба - 140 %;

оптовая цена 1 кг пшеничного хлеб ?;

НДС – 10%;

отпускная цена 1 кг пшеничного хлеба с НДС - ?;

торговая надбавка – 25%;

розничная цена 1 кг пшеничного хлеба - ?

##### ЗАДАЧА № 4

Определите, оптовую отпускную цену, исходя из следующих данных:

свободная отпускная цена изготовителя – 4800 руб. за единицу;

ставка акциза – 20 %;

ставка НДС – 18 %.

#### ЗАДАЧА № 5

Определите, оптовую цену закупки, исходя из следующих данных:

оптовая отпускная цена единицы товара – 7080 руб.;

издержки обращения посредника – 700 руб.;

рентабельность, планируемая посредником – 30%;

НДС для посредника – 18 %.

## Практическая работа № 4

### «Конкуренция и структура рынка»

Цель - Выявить основные характеристики моделей конкурентных рынков.

#### ВАРИАНТ 1

#### ЗАДАНИЕ 1.

Инструкция по выполнению: внимательно прочитайте тестовое задание и выберите из предложенных вариантов ответа один правильный ответ.

1. Конкуренция - это:

- а) борьба производителей за получение наивысшей прибыли;
- б) борьба потребителей за право покупать товары по более низким ценам;
- в) экономическая состязательность за достижение наилучших результатов на каком-либо поприще;
- г) движущая сила рынка;
- д) система норм и правил, определяющих поведение функционирующих экономических субъектов;
- е) все ответы верны;
- ж) все ответы неверны.

2. Конкуренция способствует:

- а) производству необходимых обществу товаров, эффективному использованию ресурсов (да / нет);
- б) экологическая ситуация в стране улучшается именно в процессе конкурентной борьбы (да/нет);
- в) конкуренция создает условия для снижения издержек производства (да/ нет);
- г) конкуренция препятствует появлению в обществе богатых и бедных, так как предполагает равные права для производителей и потребителей и исключает преследование чьих-либо эгоистических интересов (да / нет).

3. Понятие совершенной конкуренции предполагает, что:

- а) в отрасли действует большое число производителей товаров, выпускающих неоднородную продукцию;
- б) товары, выпускаемые большим количеством фирм, стандартизированы;
- в) имеется только один покупатель данной продукции;
- г) отсутствуют входные барьеры на рынок;
- д) информация продавцов и покупателей о рынке существенно ограничена;
- е) верны ответы б) и г).

4. Распространение сведений, ложных или порочащих товары конкурента, это элемент:

- а) свободной (совершенной) конкуренции;
- б) несовершенной конкуренции;
- в) недобросовестной конкуренции;
- г) неценовой конкуренции.

5. Какая рыночная структура представляется наиболее уродливой и менее всего подверженной контролю и регулированию:

- а) монополистическая конкуренция;
- б) билатеральная (двухсторонняя) монополия;
- в) олигополия;
- г) чистая монополия;
- д) совершенная конкуренция.

6. Олигополия предполагает, что:

- а) олигополисты не учитывают поведение своих конкурентов и ведут себя как при совершенной конкуренции;
- б) олигополисты вступают в сговор друг с другом;
- в) олигополисты пытаются предвидеть поведение конкурентов, но выступают в рамках некоего экономического сообщества;
- г) могут использовать все вышеперечисленные модели поведения.

7. Основателем теории олигополии признается:

- а) К.Маркс;

- б) В.И.Ленин;
- в) В.Леонтьев;
- г) Д.Тэлбрейт;
- д) О.Курно;
- е) Дж.М.Кейнс.

8. Продажа одинаковой продукции разным покупателям по разным ценам это:

- а) научно-техническое соперничество;
- б) ценовая дискриминация;
- в) неценовая дискриминация;
- г) промышленно-производственное соперничество;
- д) все ответы верны.

9. Характерной чертой монополии в отличие от конкурентной фирмы является:

- а) стремление максимизировать прибыль;
- б) стремление увеличивать количество производимой продукции и повышать на нее цену;
- в) стремление снижать объем производимой продукции и повышать на нее цену;
- г) стремление к наиболее полному удовлетворению потребностей покупателей в данном виде продукции.

10. Примером естественной монополии может служить:

- а) «Дженерал Моторс»;
- б) «Газпром»;
- в) метрополитен Санкт-Петербурга;
- г) фирма «Аидас»;
- д) верны ответы б) и в);
- е) все ответы неверны.

11. Монополия - это рыночная структура, где:

- а) существуют практически непреодолимые входные барьеры в отрасль;
- б) действует только один покупатель;
- в) существует небольшое число конкурирующих между собой производителей;
- г) имеется только одна крупная фирма-производитель;
- д) отсутствует контроль над ценами продукции; е) все ответы верны.

## ЗАДАНИЕ 2.

Инструкция: Внимательно прочтите предложенное утверждение и аргументировано обоснуйте его.

Считается что совершенная конкуренция – это крайний случай рыночной структуры. Если это так, почему важно понимать действия совершенно конкурентных рынков?

Почему нельзя вывести кривую предложения для монопольной фирмы?

Каково различие между ценой и выпуском конкурентной отрасли и ценой и выпуском у монополиста?

## ВАРИАНТ 2

Задание 1.

Инструкция по выполнению: внимательно прочитайте тесты и выберите из предложенных вариантов ответа один правильный ответ.

1. Какая формула верна в условиях монополистической конкуренции для фирмы, добивающейся равновесия в долгосрочном периоде.

- а)  $MR = MC$  и  $P = LRAC$ ;
- б)  $P = MC$  и  $P = LRAC$ ;
- в)  $P = MC$  и  $P = MK$ ;
- г)  $MR = MC$  и  $P = MR$ ?

2. Главное различие между монополией и монополистической конкуренцией заключается в следующем:

- а) монополия способна присваивать чистую прибыль в долгосрочном периоде, а монополистически конкурентная фирма не способна;
- б) монополия обладает монополистической властью, а монополистически конкурентная фирма не обладает;
- в) условие  $P > MR$  верно для монополии, а условие  $P = MR$  - для монополистически конкурентной фирмы.

3. Монополии и монополистически конкурентной фирме присущи общие черты:

- а) максимизация прибыли при выполнении условия  $MR = MC$ ;
- б) использование рекламы для дифференциации продукта;
- в) производство продукции в минимальной точке долгосрочной кривой средних издержек;
- г) нулевая прибыль в долгосрочном периоде.
4. Различие между олигополией и монополистически конкурентной фирмой заключается в следующем:
- а) олигополия никогда не несет убытков, а монополистически конкурентная фирма иногда убыточна;
- б) олигополия производит продукты, соблюдая условие  $MR=P$ , монополистически конкурентная фирма - условие  $MR = MC$ ;
- в) олигополия учитывает в своих действиях реакцию конкурентов, а монополистически конкурентная фирма нет;
- г) олигополия не испытывает угрозы закрытия, а монополистически конкурентная фирма может прекратить деятельность при определенных условиях.
5. Ломаная кривая спроса объясняет, почему:
- а) олигополия является крупной фирмой;
- б) затруднителен сговор в рыночной структуре олигополии;
- в) цены, устанавливаемые олигополией, устойчивы;
- г) потребители предпочитают покупать продукты у производителей на олигополистическом рынке.
6. Ценовое лидерство характерно:
- а) для картеля;
- б) для монополистической конкуренции;
- в) для олигополистической структуры рынка;
- г) для монополии.
7. Для рыночной структуры олигополии не свойственно:
- а) наличие небольшого количества фирм;
- б) свободный вход фирм в отрасль;
- в) Контроль над ценами;
- г) взаимозависимость фирм.
8. Преимущество монополистической конкуренции над совершенной заключается в следующем:
- а) более низкий уровень цен;
- б) более широкий выбор товаров для потребителя;
- в) более низкие прибыли в долгосрочном периоде;
- г) незначительные издержки производства.
9. Какого рода слияния во всех случаях уменьшают степень конкуренции на рынке:
- а) горизонтальные слияния;
- б) конгломератные слияния;
- в) слияния фирм в обрабатывающей промышленности;
- г) вертикальные слияния?
10. Ломаная кривая спроса показывает:
- а) что издержки остаются относительно стабильными;
- б) что фирмы не реагируют на увеличение цены конкурентами, но уменьшают цены в ответ на снижение цен конкурент
- в) что цена товара не превышает предельного дохода;
- г) что фирмы состоят в картельном соглашении;
- д) что фирмы получают максимум прибыли.
11. В условиях монополистической конкуренции для максимизации прибыли фирма должна:
- а) соблюдать равенство средних издержек и цен;
- б) обеспечивать соответствие предельных издержек и спрос;
- в) обеспечивать равенство предельных издержек и предельного дохода;
- г) удерживать превышение совокупным доходом совокупных издержек;
- д) все предыдущие варианты ответов неверны.
12. Сформированный картель будет действовать:
- а) как монополистический конкурент;
- б) как совершенный конкурент;

в) как монополия;

г) как объединение, стремящееся увеличить предложение товаров;

д) все ответы неверны.

13. Предельный доход равен цене у фирмы, действующей в условиях:

а) монополистической конкуренции;

б) чистой монополии;

в) олигополии;

г) чистой конкуренции;

д) все ответы неверны.

14. Теорию олигополии разработал:

а) П. Самуэльсон;

б) Дж. Кейнс;

в) О. Курно;

г) Э. Чемберлин;

д) Дж. Робинсон.

15. Олигополия как рыночная структура характеризуется следующими чертами:

а) производство дифференцированных продуктов;

б) производство однородных продуктов;

в) наличие множества производителей;

г) функционирование нескольких крупных фирм;

д) концентрация производства в руках одного производителя;

е) все ответы неверны.

16. Монополистическая конкурентная фирма максимизирует прибыль, если складываются определенные условия:

а) предельные издержки равны совокупным средним издержкам;

б) предельные издержки равны цене продукта;

в) предельные издержки равны предельному доходу;

г) цена продукта равна средним издержкам;

д) постоянные издержки ниже цены продукта; е) все ответы неверны.

17. Олигополистическая структура рынка предполагает:

а) преодоление серьезных трудностей при вхождении фирмы в отрасль;

б) способность фирмы устанавливать цену на рынке;

в) функционирование в отрасли нескольких крупных фирм;

г) максимизацию прибыли при выравнивании предельных издержек и предельного дохода;

д) производство фирмой дифференцированных и однородных товаров;

е) учет фирмой реакции конкурентов на собственные действия;

ж) все предыдущие ответы верны;

з) верны только ответы г и е.

Задание 2

Инструкция: Внимательно прочтите предложенное утверждение и аргументировано обоснуйте его.

Почему цена продукта, продаваемого на полностью конкурентном рынке, в конечном счете, равна минимально возможным средним издержкам его производства?

Почему монополию следует рассматривать скорее в относительном, чем в абсолютном смысле?

Считаете ли вы наличие монополии на рынке нежелательным явлением в экономике?

ВАРИАНТ 3

Задание 1.

Инструкция по выполнению: внимательно прочитайте тестовое задание и выберите из предложенных вариантов ответа один правильный ответ.

1. На рынке, олигополии фирма может рассчитывать на эст величины спроса на свою продукцию при:

а) снижении цены товара конкурирующей фирмы;

б) увеличении цены товара конкурирующей фирмы;

в) увеличении цен на дополняющие товары;

г) увеличении расценок на рекламу.

2. Олигополия скорее всего возникнет на рынке:

а) зубной пасты;

б) шоколада;

в) ржи;

г) самолетов.

3. Московский розничный рынок молока с множеством различных цен является примером:

а) монополии;

б) монополистической конкуренции;

в) совершенной конкуренции;

г) олигополии.

4. Выберите из нижеперечисленного условие долгосрочного равновесия фирмы - участника рынка, характеризующегося монополистической конкуренцией:

а)  $P = AC$ ;

б)  $P = MC = AC$ ;

в)  $P = MP$ ;

г)  $P = AVC$ .

5. Характерными чертами монополистической конкуренции являются:

а) отсутствие зависимости прибыли участников от управленческих решений одной из фирм;

б) дифференциация выпускаемого продукта;

в) кривая спроса менее эластична, чем кривая спроса на продукт конкурирующего производителя;

г) верно все перечисленное.

6. На рынке монополистической конкуренции:

а) отдельный покупатель может влиять на цену продукции;

б) реклама не играет существенной роли;

в) товары отличаются по исполнению и условиям продажи;

г) производители имеют одинаковый доступ к информации.

7. На краткосрочном временном интервале экономическую прибыль могут получать:

а) фирмы, действующие в условиях монополистической конкуренции;

б) некоторые фирмы, действующие в условиях совершенной конкуренции;

в) олигополисты и монополисты, действующие на неконкурентных рынках;

г) все предыдущие утверждения верны.

8. Верны ли следующие утверждения? (ДА/НЕТ)

При монополистической конкуренции кривая спроса фирмы при прочих равных условиях более пологая, чем при монополии.

Участники рынка монополистической конкуренции в долгосрочном периоде получают нормальную прибыль.

На рынке монополистической конкуренции фирмы в условиях долгосрочного равновесия производят продукцию со средними издержками, превышающими минимально возможные.

Патенты и лицензии один из видов барьеров входа в отрасль.

Объем используемого капитала может служить барьером входа в отрасль.

На рынке олигополии поведение фирм характеризуется тесным взаимодействием.

Монопольная власть на олигополистических рынках всегда определяется дифференциацией продукта.

На рынке, где действует дуополия, равновесная цена выше, чем на рынке с чистой монополией.

В модели дуополии Курно каждый из участников олигополии производит такой объем продукции, а какой он производил бы, будучи единственным монополистом на рынке.

Рыночное поведение отраслевого картеля, максимизирующего прибыль, аналогично поведению чистой монополии.

Ценовые войны приводят к снижению прибылей всех участников олигополии.

Задание 2.

Инструкция: Внимательно прочтите предложенное утверждение и аргументировано обоснуйте его?

Объясните, почему конкурентная фирма скорее «ценополучатель», чем «ценопроизводитель».

При каких условиях монополия будет заниматься ценовой дискриминацией?

Допустим, что руководитель вашей монопольной фирмы ставит перед вами задачу определения прибыльности ценовой дискриминации на рынке продукции данной фирмы. Какие характеристики рынка вы должны узнать?



## Практическая работа № 5

### «Финансирование предпринимательской деятельности»

Цель работы:

- Знать содержание лизинга.
- Ознакомиться с понятиями «финансы предприятия» и «банковский кредит».
- Ознакомиться с оформлением документов для получения кредита в банке.
- Рассмотреть систему кредитования в РФ.

Краткие теоретические сведения

Финансирование предпринимательской деятельности — это совокупность форм и методов, принципов и условий финансового обеспечения простого и расширенного воспроизводства. Под финансированием понимается процесс образования капитала фирмы во всех его формах. Понятие «финансирование» тесно связано с понятием «инвестирование»: если финансирование — это формирование денежных средств, то инвестирование — это их использование. Оба понятия взаимосвязаны, но первое предшествует второму. Фирме невозможно планировать какие-либо инвестиции, не имея источников финансирования. Вместе с тем образование финансовых средств фирмы происходит, как правило, с учетом плана их использования.

При выборе источников финансирования необходимо решить следующие задачи:

определить потребность в капитале

определить оптимальную структуру капитала

обеспечить постоянную платежеспособность предприятия, а, следовательно, его финансовую устойчивость

снизить расходы на финансирование хозяйственной деятельности

максимизировать прибыльность использования собственных и заемных финансовых средств

Основные формы внутреннего финансирования — это:

В составе внутренних источников основное место принадлежит прибыли, остающейся в распоряжении фирмы, которая распределяется на цели накопления и потребления. Прибыль используется на развитие производства, прибыль, направляемая на потребление, используется для решения социальных задач.

Источником финансирования являются доходы, получаемые от внереализационных операций за вычетом расходов на их осуществление.

Важную роль в составе внутренних источников играют также амортизационные отчисления, которые представляют собой денежное выражение стоимости износа основных средств и нематериальных активов.

Источником финансирования являются льготы по налогу на прибыль, которые могут получать организации в соответствии с действующим законодательством.

## Контрольные вопросы

Что относят к принципам банковского кредитования?

Какие характерные черты имеют финансовые отношения?

Что такое субсидия и субвенция?

Какие существуют виды лизинга? Охарактеризуйте их.

## Задания

Дать письменный ответ на контрольные вопросы.

Дать подробную характеристику лизинга как эффективной формы ПД.

Дать определение понятиям п.1.2.

Описать, что нужно сделать, чтобы получить в сбербанке России кредит на развитие бизнеса.

Охарактеризовать понятие залог имущества клиента.


Ответьте на вопросы к практической работе:

1. Какие коммерческие предприятия (организации) принято называть малыми?
2. Каковы направления государственной поддержки субъектов малого предпринимательства?
3. В каких областях, сферах деятельности находит свое приложение малое предпринимательство?
4. Каково содержание программ поддержки и развития малого производственного предпринимательства?
5. Охарактеризуйте сущность и основные признаки предпринимательства. В чем состоят особенности предпринимательской деятельности?
6. Назовите основные факторы (ресурсы) предпринимательства. Каким образом эти факторы используются для получения прибыли?
7. Охарактеризуйте основные виды предпринимательства.
8. В чем заключается суть посреднического предпринимательства?
9. Какие общественно полезные функции бизнес?
10. Что представляет собой теневой бизнес и в чем его опасность?

## Практическая работа № 6

### « Составление и оформление налоговых деклараций»

Цель: научиться заполнять фрагмент налоговых деклараций

	 0331 2018	ИНН		Стр. 0:0:1	
<b>Налоговая декларация</b>				Форма по КНД 1151020	
<b>по налогу на доходы физических лиц (форма 3-НДФЛ)</b>					
Номер корректировки		Налоговый период (код)	3:4	Налоговый период	Представляется в налоговый орган (код)
Сведения о налогоплательщике		Код страны		Код категории налогоплательщика	
Фамилия					
Имя					
Отчество *					
Дата рождения		Место рождения			
Сведения о документе, удостоверяющем личность:					
Серия и номер				Дата выдачи	
Кем выдан					
Статус налогоплательщика		1 - налоговый резидент Российской Федерации 2 - лицо, не являющееся налоговым резидентом Российской Федерации			
Адрес места жительства (места пребывания) налогоплательщика					
1 - адрес места жительства в Российской Федерации 2 - адрес места пребывания в Российской Федерации**					
Почтовый индекс		Регион (код)			
Район					
Город					
Населенный пункт (село, поселок)					
Улица (проспект, переулок)					
Номер дома (владения)		Номер корпуса (строения)		Номер квартиры	
Адрес места жительства за пределами Российской Федерации					
Номер контактного телефона					
Декларация составлена на _____ страницах с приложением подтверждающих документов или их копий на _____ листах					
Достоверность и полноту сведений, указанных в настоящей декларации, подтверждаю : 1 - налогоплательщик 2 - представитель налогоплательщика			Заполняется работником налогового органа Сведения о представлении декларации Данная декларация представлена (код) _____ на _____ страницах с приложением подтверждающих документов		

## Практическая работа № 7

### «Заполнение бланков бухгалтерского учета: приходные и расходные кассовые ордера»

**Цель-** научиться заполнять приходные и расходные кассовые ордера

Унифицированная форма № КО-1  
 Утверждена постановлением Госкомстата  
 России от 18.08.98 № 88

		Код
ОАО Молочник	Форма по ОКУД	0310001
(организация)	по ОКПО	
бухгалтерия		
(структурное подразделение)		

Номер документа	Дата составления

#### ПРИХОДНЫЙ КАССОВЫЙ ОРДЕР

Дебет	Кредит			Сумма, руб. коп.	Код целевого назначения	
	код структурного подразделения	корреспондирующий счет, субсчет	код аналитического учета			

Принято от \_\_\_\_\_

Основание: \_\_\_\_\_

Сумма \_\_\_\_\_  
(прописью)

Л и н и я   о т   р е з а

\_\_\_\_\_ (организация)

#### КВИТАНЦИЯ

к приходному кассовому ордеру № \_\_\_\_\_

от " \_\_\_\_\_ " \_\_\_\_\_

Принято от \_\_\_\_\_

Основание: \_\_\_\_\_

Сумма \_\_\_\_\_ руб.  
(цифра ми)

\_\_\_\_\_ (прописью)

\_\_\_\_\_ руб.

В том числе \_\_\_\_\_

руб. коп.

В том числе

Приложение

Главный бухгалтер

(подпись)

(расшифровка подписи)

Получил кассир

(подпись)

(расшифровка подписи)

“ ”

М.П. (штампа)

Главный бухгалтер

(подпись)

(расшифровка  
подписи)

Кассир

(подпись)

(расшифровка подписи)

Код	
Форма по ОКУД	0310002
по ОКПО	

\_\_\_\_\_ (организация)

\_\_\_\_\_ (структурное подразделение)

Номер документа	Дата тавления

**РАСХОДНЫЙ КАССОВЫЙ ОРДЕР**

Дебет				Кредит	Сумма, руб. коп.	Код целевого назначения
код структурного подразделения	корреспондирующий счет, субсчет	код аналитического учета				

Выдать \_\_\_\_\_  
 (фамилия, имя, отчество)

Основание: \_\_\_\_\_

Сумма \_\_\_\_\_  
 (прописью)

руб. 00

Приложение \_\_\_\_\_  
 служебная записка

Руководитель организации \_\_\_\_\_  
 (должность) (подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер \_\_\_\_\_  
 (подпись) (расшифровка подписи)

Получил \_\_\_\_\_  
 (сумма прописью)

руб.

“ ” г. Подпись \_\_\_\_\_  
 По \_\_\_\_\_

---

(наименование, номер, дата и место выдачи документа,

---

удостоверяющего личность получателя)

Выдал кассир

---

(подпись)

---

(расшифровка подписи)

## Практическая работа № 8

### « Бухгалтерская отчетность»

Цель – составление бухгалтерской отчетности

#### Вопросы для повторения:

1. Какие формы бухгалтерской отчетности Вам известны?
2. Какие данные о предприятии можно увидеть в первом разделе баланса?
3. Какие данные о предприятии можно увидеть во втором разделе баланса?
4. Какие данные о предприятии можно увидеть в третьем разделе баланса?
5. Какие данные о предприятии можно увидеть в четвертом разделе баланса?
6. Какие данные о предприятии можно увидеть в пятом разделе баланса?
7. Какие данные можно увидеть в отчете о финансовых результатах?
8. Какие типы финансовой устойчивости Вам известны?
9. Какое предприятие можно отнести к абсолютно устойчивому?
10. Какие «больные» статьи в балансе характеризуют финансовое положение предприятия как неустойчивое?

#### Задание № 1.

Составьте описание баланса любого предприятия.

Определите тип его финансовой устойчивости.

Рассчитайте к-т платежеспособности.

#### Задание № 2.

Составьте описание отчета о финансовых результатах любого предприятия.

Определите рентабельно ли оно.

Рассчитайте к-т рентабельности продаж.



## Практическая работа № 9

### «Организация деловых контактов»

Цель работы:

- Знать этикет предпринимателя.
- Рассмотреть правила Дейла Карнеги.
- Ознакомиться с понятием «культура телефонных переговоров».

Краткие теоретические сведения

От отношений на работе зависит многое – здоровье и настроение работников, производительность труда и успех компании в целом. Но, для того, чтобы отношения с партнерами, коллег между собой и с руководством шли на пользу общему делу, стоит прислушаться к правилам этикета.

Излишняя доступность руководителя не способствует созданию нормальной деловой обстановки, ведет к панибратству. Руководителю и его секретарю надо ограничить число лиц, имеющих право входить в кабинет без уведомления. Надо создать порядок, при котором входить в кабинет нельзя, если там уже кто-то находится (особенно строго нужно соблюдать эти правила в часы приема).

Желательно, чтобы все посетители, которым необходим прямой контакт с руководителем, имели четко фиксированное время визита и были уверены в его осуществимости. В то же время надо помнить, что недоступность руководителя для общения с подчиненными и посетителями ведет к потере информации.

Правила этикета приписывают руководителю умение выслушивать людей, не перебивая, не прерывая, не отвлекаясь на другие дела и других людей. Руководитель, принимающий гостя или просто ведущий беседу с сотрудником, должен оказывать знаки внимания. Похвала, восхищение, интерес, благодарность — все это не только проявление воспитанности и знание этикетных норм, но и показатель уважительного отношения к собеседнику.

Чтобы научиться эффективному деловому общению, руководителю необходимо обратить внимание на риторику (искусство говорить), дикцию (произношение), интонацию (тон речи). Вот несколько важных общих принципов делового общения:

- избегайте жаргонных слов и оскорбительных выражений
- умейте слушать других и показывать, что вам это интересно
- правильно произносите имена и фамилии,
- все служебные тайны, как профессиональные, так и личные, храните при себе
- будьте осторожны с конфиденциальной информацией, которую могут случайно услышать сослуживцы или посетители во время встреч либо телефонных разговоров
- говорите кратко и по существу
- реже используйте местоимение «я», а говорите, опираясь на факты, не увлекаясь деталями, но помните, что, удачно упомянув о детали, вы укрепите вашу позицию

- ищите выход из сложившейся конфронтации.

Предприниматель (бизнесмен) часто вступает в кратковременные контакты с людьми, посетителями. При пяти-семи-минутном общении содержательная информация составляет около четверти полученной информации.

Язык жестов и условностей — своеобразная книга. Бизнесмену нужно учиться ее читать и помнить о том, что он сам является объектом пристального внимания.

Контрольные вопросы

Какие нормы включают правила деловой переписки?

Что такое прием?

Какие подарки дарят и не дарят на деловых встречах?

Что включает в себя этикет предпринимателя?

Задания

Дать письменный ответ на контрольные вопросы.

Дать определение понятию п. 1.3.

Перечислить правила Дейла Карнеги.

Охарактеризовать деловую беседу.

## Практическая работа № 10

### «Взаимоотношения предпринимателей с партнерами»

#### Цель работы

- Раскрыть этический кодекс предпринимателя.
- Знать 6 основных заповедей делового этикета.
- Знать поведенческие характеристики людей, сформировавших положительный имидж.

#### Краткие теоретические сведения

Общеизвестно, что первое впечатление о любом человеке, в том числе и о потенциальном деловом партнере, складывается из оценки его общей привлекательности: внешний вид, то есть то, во что он одет (вспомните, встречают по одежке), и манера поведения. Если он одет небрежно, то подсознательно его будут оценивать как человека, с которым не стоит вести дела. Такой внешний вид никак не соотносится с качествами делового человека, а именно собранностью, ответственностью и надежностью. Правильно подобрать одежду для работы - насущное требование для успешного ведения дел, и деловому человеку без этого умения не обойтись. То, как вы одеты, уже характеризует вас как личность - будь то общение с новым клиентом или презентация в вашей компании. Всегда нужно одеваться соответственно обстоятельствам и собственным профессиональным устремлениям.

В деловом мире предъявляют определенные требования к внешности человека. Правильно подобранный деловой костюм, галстук, ботинки и аксессуары подчеркивают профессионализм и положительные деловые качества, а иногда и креативность... Ведь в итоге эти усилия связаны с вашей карьерой.

Аккуратность, вкус, подтянутость - таков облик делового человека, неважно, мужчины или женщины.

Деловой мир достаточно консервативен в вопросах стиля и моды. В данном случае мода не является чем-то обязательным для всех. Зная основные требования, принципы и правила составления делового гардероба, можно произвести на делового партнера приятное впечатление и не утратить при этом индивидуальность.

Правилами этикета определено два основных принципа делового дресс-кода:

универсальность - это стиль для работы, который должен быть удобен и функционален;

опрятность и аккуратность (мятая юбка или небрежно завязанный галстук - признак суетливости, поспешности, невнимательности их хозяина к себе или безразличия к окружающим). Английское словосочетание dress-code буквально переводится как «кодекс одежды». Это зашифрованный язык одежды, говорящий о социальном статусе человека, его профессиональной принадлежности, что выражается в форме или цвете одежды. Дресс-код отнюдь не современное изобретение. В истории немало примеров, когда строгие правила и нормы ношения одежды, обуви, украшений были установлены письменно. Например, в 1700 году царь Петр I подписал указ, согласно которому на новогодние праздники следовало появляться только в «венгерском и польском платье», через год

петровским дресс-кодом предполагалось носить «немецкое платье». А вот термин «корпоративная культура» имеет немецкое происхождение и был впервые введен Хельмутом Мольтке в XIX веке.

#### Контрольные вопросы

Что такое деловой этикет?

Какие правила и требования делового этикета существуют?

В чем сущность и цель делового этикета?

#### Задания

Дать письменный ответ на контрольные вопросы.

Охарактеризовать типы руководителей.